

**Programa
Internacional
Ejecutivo**

30 / 04
Septiembre / Octubre
2019

**Madrid
España**

**Tendencias
GLOBALES
de la
Comunicación
Organizacional**

PRESENTACIÓN

El Programa Internacional Ejecutivo: Tendencias Globales de la Comunicación Organizacional, aborda los temas más innovadores, relevantes y actuales que interesan a los comunicadores y muestra los aspectos clave donde deben poner foco todos los profesionales de la comunicación que tienen responsabilidades gerenciales.

Hoy más que nunca, la estrategia corporativa y la de comunicación deben estar alineadas y considerar todas las plataformas existentes que permitan dialogar con nuestros stakeholders y generar contenidos de valor que destaquen e involucren a nuestras audiencias.

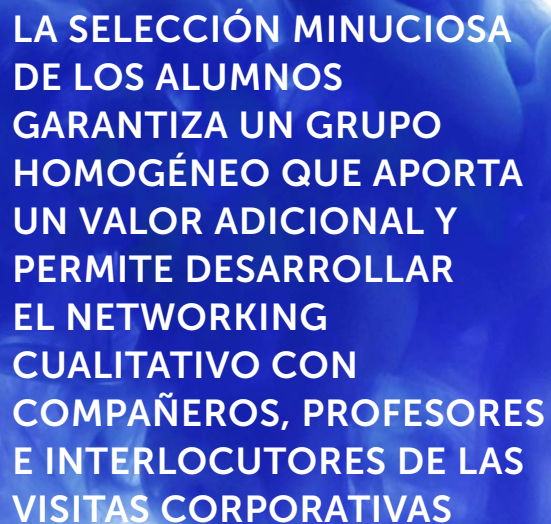
Ante este reto, los profesionales de la comunicación deben contar con una formación especializada que exige una profunda reflexión con el fin último de rearmarse para conseguir el éxito con la máxima eficiencia.

Este programa está orientado específicamente al mercado internacional. Gracias a su diseño y especialización permite la actualización de contenidos e iniciativas de la mano de referentes actuales. Para ello, el programa se ha concebido desde una perspectiva cosmopolita. Tanto el contenido como el claustro y los casos reales tratados responden a la demanda de todos aquellos comunicadores que buscan una visión internacional e interactuar con profesionales de reconocido prestigio.

Este programa ejecutivo es el marco ideal para la actualización de conocimientos en un momento donde la comunicación es un elemento clave en el desarrollo de la estrategia integral de cualquier organización, persona o territorio. En esta edición hay dos ejes transversales que dan consistencia al programa:

- **La relación de la empresa con la sociedad** que cada día es más relevante ante una permanente crisis de confianza por parte de los distintos grupos de interés, está motivada por comportamientos corporativos erróneos. Este nuevo contexto cambia la forma de pensar y hacer de la empresa, pero también sus códigos éticos, sus valores y sus propósitos. Y es un proceso complejo y disruptivo que debe centrarse en las personas, actuando sobre el liderazgo, los grupos y el entorno.
- **La transformación digital** como uno de los pilares sobre el que se construye el nuevo ecosistema empresarial y que, actualmente, genera una cierta convulsión, debido a las nuevas exigencias que empujan a las organizaciones a definir una nueva cultura corporativa y un replanteamiento de los procesos hacia nuevos modelos de gestión.

Realizar este programa intensivo de actualización garantiza obtener los conocimientos y las herramientas necesarios para abordar con éxito los retos que plantea la sociedad de la información actual, en un entorno globalizado, y consolidar una carrera como alto directivo.



LA SELECCIÓN MINUCIOSA
DE LOS ALUMNOS
GARANTIZA UN GRUPO
HOMOGÉNEO QUE APORTA
UN VALOR ADICIONAL Y
PERMITE DESARROLLAR
EL NETWORKING
CUALITATIVO CON
COMPAÑEROS, PROFESORES
E INTERLOCUTORES DE LAS
VISITAS CORPORATIVAS

¿QUÉ ES EL PROGRAMA INTERNACIONAL EJECUTIVO

“TENDENCIAS GLOBALES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”?

Lugar:	Madrid (España)
Duración:	1 semana
Fecha de inicio:	30 de septiembre de 2019 El 29 de septiembre por la tarde, se celebrará un afterwork de bienvenida y networking
Fecha de finalización:	04 de octubre de 2019
Horario:	De lunes a viernes de 09:00h a 20:00h
Modalidad:	Presencial
Idioma:	Español
Plazas:	Grupo reducido – plazas limitadas
Precio total:	2.250€
Becas y condiciones especiales:	<ul style="list-style-type: none"> • Descuento del 20% por inscripción anticipada • Beca del 25% por acuerdos con universidades y asociaciones • Beca del 30% para egresados y antiguos alumnos de EIC
Carga lectiva:	60 horas / 2 ECTS
Titulación:	Diploma Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Organizacional



PERFIL DE ASISTENTES

El Programa "Tendencias Globales de la Comunicación Organizacional" es un curso de alta especialización, diseñado para gestores y responsables de comunicación, marca, reputación y asuntos públicos, interesados en ganar visibilidad frente a sus objetivos profesionales y desarrollar su potencial profesional.



Los asistentes a este programa son profesionales del mundo de la comunicación con, al menos, ocho años de experiencia en posiciones de máxima responsabilidad dentro del área de comunicación corporativa o similar que están interesados en optimizar sus conocimientos y habilidades, y en expandir su potencial de liderazgo en el propio equipo y en su organización.

El grupo está limitado a un máximo de veinticinco alumnos para garantizar un trato personalizado y la participación y el debate por parte de los asistentes.



OBJETIVOS

El Programa Internacional Ejecutivo está concebido para dotar a los asistentes de un alto nivel de cualificación, además de fomentar la capacidad de liderazgo en conocimientos y habilidades prácticas.

De manera particular, se busca capacitar al alumno para:

Obtener una perspectiva internacional de los principales asuntos de interés para los profesionales del sector de la comunicación a través del conocimiento de la realidad social y los desafíos a los que se enfrenta un mundo globalizado.

Adquirir el conocimiento y las habilidades necesarias para construir estrategias viables a partir de las demandas de los distintos grupos de interés.

Mejorar las habilidades y aptitudes para impulsar el posicionamiento del gerente y/o director de comunicación como una figura que participe en la toma de decisiones estratégicas, asesorando continuamente a la alta dirección.

Resaltar la importancia de la comunicación como un recurso estratégico que incorpora una visión de transformación y mejora continua.

Analizar los últimos conceptos, metodologías e instrumentos que permitan innovar en la gestión de la comunicación.

Potenciar las relaciones profesionales con expertos comunicadores de distintos países.



METODOLOGÍA

El enfoque del curso implica el uso de metodologías dinámicas e interactivas que permitirán a los participantes aprovechar al máximo las sesiones y actividades propuestas. De manera particular se realizarán:

1	Sesiones para abordar las distintas materias del programa a través de contenidos teóricos clave, exposición de casos y debates en grupo.
2	Visitas corporativas para conocer en primera persona iniciativas innovadoras y la realidad de distintas organizaciones, presentadas por sus propios protagonistas. Estas experiencias pueden ser usadas como referente posterior en el diseño de distintos planes de acción.
3	Almuerzos de trabajo para conocer y compartir casos con distintas personalidades del mundo de la comunicación corporativa de manera más cercana y amena.
4	Espacios de networking para compartir experiencias entre los alumnos y el claustro de profesores, así como otros profesionales del sector.



EL ENFOQUE DEL PROGRAMA APLICA EL MÉTODO DE LA ENSEÑANZA PARTICIPATIVA Y POTENCIA EL DESARROLLO DEL NETWORKING CUALITATIVO



CLAVES DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y NUEVA CULTURA DE EMPRESA

La transformación digital de las empresas es una necesidad. Sin embargo, no es un proceso fácil de llevar a cabo ni que todos entienden a la perfección. El miedo al cambio suele estar instaurado en muchas organizaciones y es frecuente encontrar empresas que aún llevan a cabo procesos de trabajo casi obsoletos. Hay que crear, por tanto, una nueva cultura de empresa. Y ese objetivo va mucho más allá de dar formación digital a los empleados en el conocimiento de las herramientas digitales. Se trata también de ser una marca reconocida y respaldada por una buena reputación digital e instaurar una continuada innovación disruptiva. Todo ello mejora la comunicación con los clientes y alarga la vida de las empresas.

LOS NUEVOS INTERFACES SOCIODIGITALES: REALIDAD AUMENTADA, VIRTUAL Y MIXTA

El futuro de nuestra interacción con las máquinas ya no pasa por un teclado o el tacto de una pantalla. Las maneras de interactuar con la tecnología se multiplican: interfaces de voz, movimiento o realidad virtual nos trasladan a un futuro lleno de posibilidades para mejorar experiencias de usuario, comunicar efectivamente o trasladar con mayor fidelidad experiencias hasta ahora físicas. Áreas como la comunicación de producto, tele presencia o realidad aumentada pueden utilizarse con éxito en acciones de comunicación corporativa.

LA FIABILIDAD DE LA NUBE: CIBERSEGURIDAD



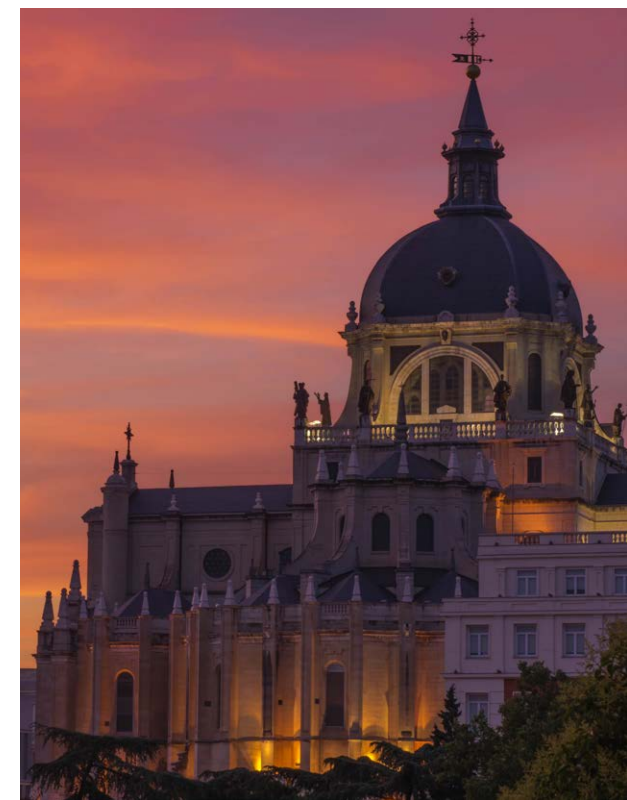
La ciberseguridad se ha convertido en un asunto cada vez más habitual en nuestras vidas. Pero qué supone realmente más allá del elemento tecnológico? La ciberseguridad es un elemento decisivo para llevar a cabo negocios de manera segura y para establecer relaciones con los stakeholders de nuestra organización de manera fiable. Se ha convertido en un término habitual en los Consejos de Administración y en una clave para entender la geopolítica actual. Protección frente a robos de identidad, ciberataques a infraestructuras críticas, espionaje, cibercrimen, ataques a la estabilidad social. Es una variable que cada vez tendrá más relevancia para los departamentos y estrategias de comunicación.

LA REPUTACIÓN DEL CEO Y SU GESTIÓN PROFESIONAL

En un mundo cada vez más digital e interconectado, se reclama un liderazgo más humano y humanista que ayude a recuperar y reforzar la confianza entre las empresas y la sociedad. En este contexto, la reputación del CEO destaca como un activo con gran capacidad de generar (o destruir) valor para las organizaciones. Su alto impacto en la empresa, hace que la gestión de este intangible no sea opcional o voluntaria, siendo necesario institucionalizarla y profesionalizarla. Situar la reputación del CEO y, también, del comité de dirección al servicio de la compañía es una tendencia imparable en la que el director de comunicación tiene un papel protagonista.

EFICACIA EN LA RELACIÓN SOCIEDAD- EMPRESA: LOBBY Y ASUNTOS PÚBLICOS

La sociedad en red genera lógicas de legitimación en los que el respaldo social resulta imprescindible. Es ya un componente imprescindible de las estrategias de representación institucional. Durante mucho tiempo esta legitimación social se ha circunscrito al ámbito de la opinión pública, pero la hiper conexión intrínseca a la sociedad de la información ha cambiado de manera radical el escenario. Hoy, es imprescindible construirla y mantenerla en el tiempo, no sólo para garantizar la incidencia política sino para garantizar el éxito de las propias acciones de las empresas. Esta legitimación se construye a través de herramientas y procedimientos donde la tecnología juega un papel importante pero donde resulta esencial la lógica de la creación y mantenimiento de comunidades de personas.



CIUDADANÍA CORPORATIVA Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Los consumidores de hoy ya no se conforman con un buen producto/servicio a un buen precio, sino que exigen que la empresa que fabrica ese producto o suministra ese servicio sea responsable en todas las áreas. Como empresa es fundamental que entendamos la responsabilidad con la sociedad y se conozcan las expectativas de los consumidores, o mejor dicho de los conciudadanos, ya que detrás de cada consumidor hay una persona que espera que se la trate como tal. Vivimos en un mundo global y al mismo tiempo local y es por ello que necesitamos desarrollar una estrategia de ciudadanía corporativa global, pero que se adapte perfectamente a las necesidades locales. Por eso la estrategia tiene que ser coherente con la actividad empresarial y relevante para la sociedad y debemos de ser capaces de comunicar los beneficios de estas actividades a nuestros grupos de interés para mejorar nuestra reputación, nuestra competitividad y nuestra cuenta de resultados.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: GLOBAL, SOSTENIBLE Y DIGITAL

En el desarrollo de un nuevo concepto de ciudadanía global, sostenible y digital, el papel del sector privado es y será cada vez más relevante. De esta forma, ante los cambios constantes en el entorno socio-económico, el compromiso con la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible son las respuestas más sólidas a las nuevas demandas y expectativas sociales. Conocer las principales tendencias en sostenibilidad, gestionar los impactos que nuestra actividad genera en nuestros grupos de interés y satisfacer las expectativas y necesidades sociales son claves en las nuevas coordenadas de la empresa.



LAS MARCAS Y LAS NUEVAS TENDENCIAS SOCIALES: REALIDAD CONSTANTE ADAPTADA A LOS NUEVOS TIEMPOS

Obtener las capacidades necesarias para sintetizar las tendencias clave, en lo que a tecnología se refiere, y a su vez, dotar de las herramientas necesarias para liderar el cambiante mundo digital es un reto. Una organización que no trabaja hoy en el marco digital de manera correcta está predestinada a no sobrevivir en el futuro. Por ello, es necesario estudiar el continuo cambio al que se ven sometidas las marcas, plataformas u organizaciones para llegar a su *#CoreTarget* (potenciales clientes o usuarios). Así mismo, las nuevas formas de comunicación en redes sociales permiten oportunidades para alcanzar a un mayor público cualificado, definiendo estrategias diferenciadoras y específicas para redes, y fidelizando a nuestros afines usuarios finales.

CONSTRUCCIÓN DEL RELATO CORPORATIVO Y STORYTELLING EN LA ERA DE LA "POSVERDAD"

En los últimos veinte años, la comunicación corporativa ha pasado de ser un resumen (un tanto aburrido) de los valores y objetivos empresariales, a convertirse en un vibrante relato capaz de llegar a millones de personas. La necesidad de competir en este terreno emocional a través de múltiples canales digitales genera muchas dudas: ¿Es necesario para todos? ¿Cómo se construyen estos tipos de relatos y cuáles son los que funcionan? ¿Cómo se mide el retorno? ¿Qué relación debe existir entre aquellos relatos construidos para objetivos de reputación y los que se generan para campañas de marketing? ¿Qué papel juega la ética y la responsabilidad en el "mundo de la posverdad"? son cuestiones a contestar, al tiempo que se determina el criterio a seguir para el desarrollo de un *storytelling* corporativo eficaz.

RELACION EMPRESA Y SOCIEDAD: SOSTENIBILIDAD Y RECICLAJE

Actualmente la sostenibilidad es un reto para toda la humanidad y son muchos los desafíos que hay por delante. Es esencial analizar cómo está cambiando la evolución y el papel de la sociedad y sus entidades. Cómo es imprescindible realizar un proceso de diálogo y trabajar en proyectos conjuntos de interés: promoción del reciclaje, limpieza de entornos naturales, lucha contra los plásticos en el mar, etc. El análisis de casos relevantes puede servir como modelo para aplicar esa experiencia en otros países. ECOEMBES es una entidad que gestiona en toda España la recogida, reciclaje, concienciación y eco diseño de los envases y papel / cartón. La implicación, participación y diálogo con las entidades sociales, ambientales y la sociedad es una de las claves para el éxito de esta iniciativa.



TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN QUE HACEN CRECER A SUS ORGANIZACIONES

La Cumbre Iberoamericana de Comunicación Estratégica CIBECOM'2019 que se va a celebrar en Madrid reunirá a los directivos y principales comunicadores de habla española y portuguesa para encontrar respuestas y conocer las tendencias de comunicación que hacen crecer a sus organizaciones. Es una oportunidad para conocer de primera mano las conclusiones extraídas de las conferencias y mesas redondas, donde se analizarán los factores que condicionarán el futuro de un mundo cada vez más volátil, complejo, ambiguo e incierto”.

VISITAS CORPORATIVAS

Es importante conocer en primera persona la realidad de empresas, medios de comunicación, y consultoras para saber cómo están gestionando sus políticas de comunicación y cómo han logrado mantener su posición de liderazgo dentro de su sector. Este conocimiento es de gran utilidad como referente posterior en el diseño de sus respectivos planes de acción.

ATRESMEDIA - ANTENA 3
ACCENTURE
ACCIONA
AGENCIA EFE
CORPORATE EXCELLENCE
GOOGLE
IBERIA



CLAUSTRO

El claustro está formado por profesionales en activo con amplia experiencia internacional, que combinan una prestigiosa carrera en activo con una contrastada actividad docente.



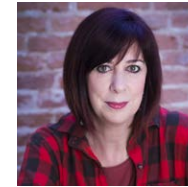
ALBERTE GONZALEZ PATIÑO

Director de Comunicación de ACCIONA. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y Programa Corporativo de Dirección del IESE. Fue director de Comunicación en BBVA, Terra (Telefónica) y ONO. Trabajó para medios de comunicación en España, Estados Unidos y América Latina (América Economía, The Wall Street Journal, Agencia Efe en Estados Unidos y OTR-Press).



AUGUSTO LEIVA

Brand Manager de Corporate Excellence. Licenciado en Publicidad por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Experiencia profesional, académica y formativa en áreas de identidad, cultura, marca, reputación, atención al cliente y comunicación corporativa. Ha cursado varios Másteres y Programas de Postgrado. Profesor de reputación e intangibles en universidades y escuelas de negocio.



CARMEN LÓPEZ

Directora General de Accenture Interactive en España, Portugal e Israel. Licenciada en Matemáticas. Ha liderado diversas líneas de negocio en España para Accenture, proyectos de transformación en el ámbito de marketing comercial y servicio al cliente en diferentes compañías. Es coach internacional del programa LDP de futuros líderes, de Accenture.



ANAÍS FIGUERAS

Directora de Comunicación y Asuntos Públicos de Google España y Portugal. Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Ha trabajado como periodista en medios de comunicación como Cadena Ser e Informativos Telecinco, en la sección de sociedad. En México desarrolló su carrera en el ámbito de la prensa escrita en las áreas de política, cultura y sociedad.



CARLOS MOLINA GUERRERO

General Manager de Best. Licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Ha colaborado con diferentes firmas de consultoría de comunicación y marketing digital y trabajado para publicaciones del mundo de las nuevas tecnologías y el comercio electrónico. Tiene amplia experiencia como docente en diversas instituciones.



EDMUND BENJAMÍN KENDALL

CEO Kelsing Comunicación. Licenciado en la University of California de Los Ángeles, tiene en su haber un B.A. con Honores en Sociología y Letras por la Wesleyan University. Es Cofundador junto a Santiago Segura de Oz Postprod, así como socio fundador de la Escuela cinematográfica Séptima Ars y de Santa Bárbara Music.





EDUARDO PEDREÑO

COO de Glob3 Mobile. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Anteriormente, director de DiarioRed, consultor tecnológico para Weber Shandwick. Fundador y socio de Accesogroup así como de Glob3 Mobile, Inc. Asesor de diversas startups tecnológicas y del mundo de la innovación. Es profesor colaborador en numerosas universidades y escuelas de negocio.



IGNACIO MATA

Director de Comunicación de Atresmedia. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Dirección de Empresa por la Universidad Carlos III. En Antena 3 ha sido jefe de prensa y subdirector de Comunicación. Tiene responsabilidad sobre todas las empresas y áreas de actividad de la compañía. Desempeña labores docentes en diferentes universidades y escuelas de negocio.



JUAN ANTONIO GÓMEZ BULE

Accenture Security BDA. Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Especializado en Estructura de las Organizaciones, Cambio Social, Psicología Social y Análisis de Conducta. Patrono de la Fundación Behavior and Law. Miembro de la Comisión Permanente de Inteligencia del CESEDEN (Centro de Estudios Superiores de la Defensa Nacional).



FERNANDO PAJARES GIMÉNEZ

Consejero de la Agencia EFE. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense. Trabajó en el Ministerio de Asuntos Exteriores, en la Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica. Fue director de Comunicación de la Secretaría General Iberoamericana. Ha trabajado en el servicio exterior de EFE en el extranjero. Miembro de la Asociación de Periodistas Europeos.



ISABEL LÓPEZ TRIANA

Socia Fundadora de Canvas Estrategias Sostenibles. Experiencia profesional en el ámbito de sostenibilidad, reputación corporativa y gestión del conocimiento. Profesora invitada en diferentes universidades españolas (IE University, Universidad San Pablo CEU, Universidad de Alcalá, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra). Miembro de DIRSE (Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social).





JUAN CIERCO

Director de Comunicación, Relaciones Institucionales y desarrollo de personas de IBERIA. Licenciado en Ciencias de la Información, en la Universidad Complutense de Madrid. Trabajó como coordinador del Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales de Inditex. Fue director general de Información Internacional en la Secretaría de Estado de Comunicación del presidente del gobierno José Luis Rodríguez Zapatero



MÍGUEL AGUADO ARNÁEZ

Socio Director B-LEAF, consultora en sostenibilidad y comunicación. Titulado en comunicación y marketing en España (UCM), Estados Unidos (UGW) y Francia (INSEAD). Divulgador ambiental en medios de comunicación (La Sexta, Telemadrid, Onda Madrid, Telecinco y prensa escrita y digital). Consultor en comunicación y sostenibilidad en grandes compañías españolas y entidades públicas.



PALOMA CABRERA

Directora General de Marketing y Comunicación de Accenture en España, Portugal e Israel. Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, Master en Comunicación Corporativa y Publicitaria por la misma universidad y PDD en Management por el IE Business School. Cuenta con 25 años de experiencia en el ámbito de marketing y comunicación. Es vicepresidenta de la Asociación Multinacionales por la Marca España.



JUSTO VILLAFANE

Presidente no ejecutivo de la firma Villafañe & Asociados, consultora de negocio especializada en la generación de valor mediante la evaluación y gestión de la reputación y otros intangibles empresariales. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense y Profesor de Imagen Corporativa en la Facultad de Ciencias de la Información en la misma universidad.



MIRIAM GARCÍA ARMESTO

Directora General ANERR. Licenciada en Ciencias de la Información y Doctora en Comunicación Integral por la Universidad Complutense de Madrid. Más de 15 años de experiencia en comunicación, marketing digital, tecnología y "Mobile Apps", transformación digital e innovación. Ha sido Dircom del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y de ENISA. Forma parte del Proyecto Google Activate. Es profesora de grados máster en varias universidades.



EL CLAUSTRO ESTÁ FORMADO POR PROFESIONALES EN ACTIVO CON AMPLIA EXPERIENCIA INTERNACIONAL, QUE COMBINAN UNA PRESTIGIOSA CARRERA CON UNA CONTRASTADA ACTIVIDAD DOCENTE



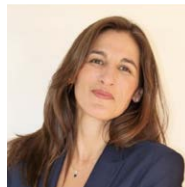
RAFAEL RUBIO

Profesor Titular de Derecho Constitucional de la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en Derecho Constitucional, Profesor Titular y Director del Grupo de Investigación sobre participación y nuevas tecnologías en la Universidad Complutense de Madrid. Profesor en numerosas universidades del mundo. Socio de Dog Comunicación. Ha publicado varios libros y artículos en revistas académicas de referencia.



RAMIRO MACTERSE "RAMIROQUAI"

CEO/CFO de Stepfamily. Desarrolla su actividad como "Cultural Manager" de marcas relacionadas con un público mayoritariamente juvenil. Experiencia en formar equipos de atletas profesionales en las distintas disciplinas de deportes de acción o descubriendo talento dentro de estilos musicales urbanos como el trap, rap, punk, hardcore o música electrónica. Compagina su actividad profesional con la docencia.



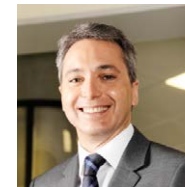
SANDRA SOTILLO

Fundadora y directora ejecutiva de TrustMaker, consultora especializada en la construcción y recuperación de la confianza. Es doctora y experta en gestión de intangibles. Cuenta con una amplia experiencia en la dirección de proyectos de gestión de confianza, reputación, reputación del CEO y cultura para multinacionales e IBEX 35. Colabora como profesora y conferenciante en universidades, escuelas de negocios e instituciones.



STEPHAN FUETTERER

Director de Cibecom (Cumbre Iberoamericana de Comunicación Estratégica). Tiene 25 años de experiencia en comunicación corporativa y digital, así como en formación y coaching de altos directivos. Dirigió durante 18 años su propia agencia de comunicación y estrategia digital. Ha sido vocal de DIRCOM y es tesorero de Internet Society (ISOC-ES). Es profesor asociado en destacadas escuelas de negocio y universidades iberoamericanas y conferenciante en múltiples foros nacionales e internacionales. Autor de libros sobre economía digital y gestión del talento.



VICENTE VALLÉS

Director de Antena 3 Noticias primera edición. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Ha desarrollado su carrera en la Cadena SER, TVE, Telemadrid y Telecinco. En 2008 fue nombrado subdirector del Canal 24 horas de TVE como director y presentador del programa de entrevistas y debate "La noche en 24 horas". Compagina su profesión periodística con la docencia en la universidad.



DURACIÓN Y CALENDARIO

*Los asistentes deben llegar a Madrid el viernes o sábado anterior

Duración	1 semana
Fecha de inicio	30 de septiembre de 2019 El 29 de septiembre por la tarde, se celebrará un afterwork de bienvenida y networking
Fecha de finalización	04 de octubre de 2019
Horario	De lunes a viernes de 9.00 a 20.00 h * Algunas tardes/noches se realizarán actividades culturales de asistencia voluntaria
Carga lectiva	60 horas / 2 ECTS

TITULACIÓN

Diploma Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Organizacional

PRECIO

2.250 €

BECAS Y CONDICIONES ESPECIALES

- Descuento del 20% por inscripción anticipada
- Beca del 25% por acuerdos con universidades y asociaciones
- Beca del 30% para egresados y antiguos alumnos de EIC

En el caso de aplicarse becas y condiciones especiales:

- El pago de matrícula debe realizarse antes del 19 de julio de 2019
- El pago restante (la totalidad) debe realizarse antes del 10 de septiembre de 2019

*** El importe de la matrícula (250 €) está exento de descuento**

*** Las becas y descuentos no son acumulables**



ADMISIÓN Y MATRICULACIÓN

Si deseas realizar el programa, debes cumplimentar el formulario de inscripción que encontrarás en nuestra web. Una vez lo hayas enviado, te responderemos a la mayor brevedad con las instrucciones necesarias para realizar la matriculación.

Para la evaluación de la candidatura se deberán aportar los siguientes documentos:

1. Solicitud de Admisión correctamente cumplimentada.
2. Currículum Vitae actualizado:
 - Con al menos ocho años de experiencia en posiciones de responsabilidad en el área de comunicación
 - Adicionalmente se valorará la formación de postgrado..
3. Carta de motivación del candidato.

Una vez recibida la documentación se realizará una entrevista personal por parte de Coordinación Académica y/o la Dirección del Programa.

¡Las plazas son limitadas!

OBSERVACIONES

Hacer un programa internacional es una experiencia única y estimulante. Somos conscientes de que se ha de contar con el máximo apoyo y disponer de las mayores garantías de éxito para hacer de esta experiencia un viaje inolvidable. Por el hecho de estar matriculado en la Escuela Internacional de Comunicación **tienes derecho a un servicio de asesoría personalizado para atender las necesidades que supone viajar y buscar alojamiento en España durante tu programa.**

El programa: **Incluye:**

1. Afterwork de bienvenida
2. Sesiones formativas
3. Traslados a las visitas corporativas y actividades culturales

No incluye:

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 4. Coffee breaks 5. Documentación 6. Diploma | <ol style="list-style-type: none"> 1. Billete aéreo 2. Hotel y manutención 3. Traslados (a excepción de los incluidos en el programa) |
|--|--|

La reserva de plaza será íntegramente reembolsada hasta 15 días antes del comienzo de las clases si decides no realizar el curso. La realización definitiva del curso en las fechas previstas está supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes.

En caso de cancelación o variación en las fechas de inicio del programa por parte de EIC, se reintegrará el importe íntegro abonado.



¿DÓNDE ESTAMOS?



Madrid es la ciudad ideal para llevar a cabo un programa de formación, con múltiples opciones de ocio y cultura que hacen de la ciudad el enclave perfecto para disfrutar de un ambiente cosmopolita y de vanguardia.

La Escuela Internacional de Comunicación dispone de unas modernas instalaciones situadas en un envidiable marco urbano, donde los estudiantes disponen de una amplia oferta de hoteles, restaurantes y comercios donde compaginar ocio con un programa postgrado.

La sede de José Picón, número 7, de Madrid, es muy accesible a través del sistema de transporte público de Metro y autobús. Tiene próximas paradas de más de 15 líneas de autobús urbano y 14 líneas de transporte interurbano en el intercambiador de Avenida América.



José Picón, 7
28028 Madrid
911 377 365
info@eicomunicacion.com