

**Programa  
Internacional  
Ejecutivo**



**18/24  
febrero  
2018**

**Tendencias  
GLOBALES  
de la  
Comunicación**

**Madrid  
España**

**CEDEU**  
CENTRO DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

centro universitario adscrito a:  
**U** Universidad  
Rey Juan Carlos

[info@eicomunicacion.com](mailto:info@eicomunicacion.com)

+ 34 911 377 365

# PRESENTACIÓN

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

**EL CURSO ESTÁ  
ORIENTADO AL MERCADO  
INTERNACIONAL**

**PERMITE LA  
ACTUALIZACIÓN DE  
CONTENIDOS Y CONOCER  
INICIATIVAS INNOVADORAS  
DE LA MANO DE LOS  
REFERENTES ACTUALES**

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 rigurosa y especializada que exige una preparación específica y una profunda reflexión con el fin último de rearmarse para conseguir el éxito con la máxima eficiencia.

Este programa ejecutivo es el marco ideal para la actualización de conocimientos en un momento en el que la comunicación es un elemento clave en el desarrollo de la estrategia integral de cualquier organización, persona o territorio.

El curso está orientado específicamente al mercado internacional. Gracias a su diseño y especialización permite la actualización de contenidos y conocer iniciativas innovadoras de la mano de los referentes actuales. Por ello, el programa se ha concebido desde una perspectiva cosmopolita. Tanto el contenido como el claustro y los casos tratados se seleccionan para atender la demanda de todos aquellos comunicadores que buscan una perspectiva internacional, analizando casos reales e interactuando con profesionales de reconocido prestigio.

Asimismo 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.

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.



## ¿QUÉ ES EL PROGRAMA INTERNACIONAL EJECUTIVO

## “TENDENCIAS GLOBALES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL”?

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Lugar:                          | <b>Madrid (España)</b>   |
| Duración:                       | <b>1 semana</b>  |
| Fecha de inicio:                | <b>18 de febrero de 2018</b>   |
| Fecha de finalización:          | <b>24 de febrero de 2018</b>   |
| Horario:                        | <b>De lunes a viernes de 09:00h a 20:00h</b>   |
| Modalidad:                      | <b>Presencial</b>  |
| Idioma:                         | <b>Español</b>   |
| Plazas:                         | <b>Grupo reducido</b>  |
| Precio total:                   | <b>1.450€</b>  |
| Becas y condiciones especiales: | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Descuento del 20% por inscripción anticipada</b></li> <li>• <b>Beca del 25% por acuerdos con asociaciones y universidades</b></li> <li>• <b>Beca del 30% para egresados y antiguos alumnos de EIC</b></li> </ul> |
| Carga lectiva:                  | <b>60 horas / 2 ECTS</b>   |
| Titulación:                     | <b>Diploma Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Organizacional</b>   |



## 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 todo su potencial.



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 desarrollar 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 veinte 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.

**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.

**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.

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

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



---

## **NUEVAS CLAVES DE LA ESTRATEGIA EN LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

Durante los últimos años, la comunicación corporativa e institucional ha sufrido una serie de cambios que han animado la evolución hacia un nuevo entorno que está en constante movimiento, por lo que las estrategias de comunicación han tenido que adaptarse tomando en cuenta todos estos factores, con el fin de poder llegar a todas las audiencias involucradas y alcanzar sus objetivos de negocio.

---

## **REPUTACIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS**

La reputación corporativa se ha convertido en uno de los principales drivers de la gestión de las organizaciones. Las empresas que integran la reputación en su modelo de negocio mantienen un dialogo con sus diferentes stakeholders, creando relaciones de confianza a largo plazo. Actualmente la gestión de riesgos reputacionales es de vital importancia para las empresas y organizaciones, aunque son pocas las que aplican recursos y métodos para la correcta gestión de estas situaciones.



---

## **COMUNICACIÓN MÓVIL**

La incursión de la tecnología en la comunicación ha cambiado la forma en que nos comunicamos y actuamos. Hoy en día, los móviles, tablets y otros dispositivos hacen que conectar con nuestros usuarios sea cada vez más fácil por lo que debemos cuidar la manera en que lo hacemos. En este módulo conoceremos la importancia de la experiencia del consumidor a través de la tecnología.



---

## **COMUNICACIÓN INTERNA Y EMPLOYER BRANDING**

Nuestros empleados son, sin duda, los responsables del éxito o fracaso de una estrategia de negocio, dado que son nuestros principales clientes internos. Por esta razón, la Comunicación Interna es un área vital y con peso creciente en las empresas, ya que motiva, integra, retiene el talento y promueve el orgullo de pertenencia. Pero no sólo eso: conseguir un alto nivel de motivación y compromiso se ha convertido en objetivo primordial en el seno de las corporaciones.

---

## **GESTIÓN DE CONTENIDOS & STORYTELLING**

Actualmente el reto no es comunicar, sino generar valor con nuestros mensajes. Los usuarios cada vez son más exigentes y críticos, por lo que las marcas tienen que crear historias para sus usuarios, generando contenido que sea de interés para sus clientes. El contenido va más allá de la venta de un producto o servicio.

---

## **BRAND EXPERIENCE**

La forma en la que hasta ahora se entendía la relación marca-cliente está obsoleta. Actualmente no es suficiente con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, hay que superarlas. El propio concepto de cliente se ha abierto a una gran diversidad de grupos de interés que cada día están más cerca del papel de socios. Hoy la relación que se establezca con éstos ha de ser diferencial y determinante. Las personas esperan cada día de las marcas experiencias únicas e inspiradoras que enriquezcan sus vidas.

---





---

## **BIG DATA**

Uno de los mayores retos es saber cómo gestionar y sacar el máximo provecho a la cantidad ingente de datos de que disponen las compañías. Actualmente todos los profesionales de la comunicación coinciden en que la recogida, análisis, procesamiento, tratamiento y explotación de enormes cantidades de datos digitales cambiará la profesión de los comunicadores.

---

## **EVALUACIÓN, INDICADORES Y REPORTING**

Cada vez es más importante establecer sistemas de monitorización, reporting y verificación. En el área de comunicación e intangibles la producción de informes externos e internos son elementos fundamentales para la toma de decisiones tácticas y estratégicas. Adquirir capacidades para analizar y evaluar el desarrollo de las estrategias de comunicación es vital para poner en valor el trabajo que realizan los departamentos de comunicación.

---

## **VISITAS CORPORATIVAS**

Es importante conocer en primera persona la realidad de empresas, medios de comunicación, consultoras y asociaciones 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 para que se puedan contrastar experiencias reales que puedan ser utilizadas como referente posterior en el diseño de sus respectivos planes de acción.

---

## **ACTIVIDADES CULTURALES**

Las visitas desarrolladas de manera distendida aportan un conocimiento de diversas iniciativas impulsadas por marcas de distintos sectores y permiten conocer la realidad social y las últimas tendencias de consumo desde otra perspectiva.



# CLAUSTRO

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



## **Agustín Medina**

Miembro del Consejo Asesor de la Escuela Internacional de Comunicación. Publicitario, autor de libros sobre marketing, marcas y medios digitales. Fue presidente de la Asociación Española de Agencias de Publicidad. Es Profesor en diversas Escuelas de Negocio.



## **Álvaro Rodríguez**

Director de Comunicación, Internacionalización y RSC de Dircom. Ph.D. en Ciencias Económicas (Economía Internacional y Desarrollo) por la Universidad Complutense de Madrid. Director General de Climate Reality Project.



## **Carlos Sánchez**

Director Adjunto de El Confidencial. Licenciado en Ciencias de la Información. Especializado en economía y política fiscal. Fue fundador del diario "El Mundo" y redactor jefe del diario Expansión. Autor de "Los nuevos amos de España" (2007). Colaborador de La Linterna (Cadena Cope).



## **Almudena Rodríguez Tarodo**

Ph.D. en Marketing por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora (Leadership, Employer Branding and Engagement) en varias universidades. Asesora de employer branding en la EBA. Dirige el Observatorio de Diversidad de la Fundación Personas y Empresas.



## **Arturo Pinedo**

Socio Director General para España y Portugal de Llorente & Cuenca. Profesional con 26 años de experiencia en consultoría de comunicación y 7 como periodista. Su actividad docente gira en torno a la comunicación, que practica en diversas Universidades y Escuelas de Negocio.



## **Eduardo Irastorza**

Director del Máster en Brand Experience y Lifestyle de EIC. Socio Consultor en Zentank Partners. Ha forjado su experiencia de más de 25 años desempeñando su labor como consultor, planificador estratégico y director creativo. Profesor de marketing de diversas Escuelas de Negocio.





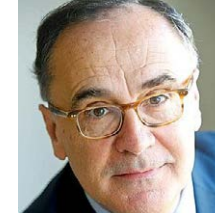
### **Fernando Prado**

Director Ejecutivo de Reputation Intelligence. Fue Managing Partner de Reputation Institute durante 10 años. Licenciado en Ciencias Empresariales Internacionales por la Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE. MBA por IESE Business School.



### **Francisco Porras**

Director General de Weber Shandwick Spain. Especialista en Técnicas de Comunicación y Gestión Política. Ponente en foros internacionales. Cuenta con más de 22 años de experiencia en consultoría de comunicación.



### **Javier Ayuso**

Director adjunto de El País. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Entre otros, ha sido Portavoz y Jefe de la Unidad de Relaciones con los Medios de Comunicación de Casa Real, Director de Cinco Días y Director de Comunicación e Imagen del BBVA.



### **Fiona Maharg**

Directora de Comunicación Internacional de Telefónica. Ex-corresponsal de Reuters Breakingviews. Licenciada por la Universidad de Chicago en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales y Diplomada en Economía por la Universidad de Cambridge.



### **Gina Gulberti**

Directora de Marketing en Launchmetrics. Licenciada en Periodismo y Ciencias de la Información. Experta en Comunicación Digital y Marketing de contenidos. Ha trabajado como responsable de comunicación de Augure gestionando estrategias de branding y social media.



### **Francisco Anes**

Responsable de Mobile & New Media en IAB Spain (Interactive Advertising Bureau). Ingeniero en Tecnología Industrial por la Universidad Carlos III de Madrid. Experto en estrategia digital. Ha desarrollado una extensa carrera docente en distintas Universidades.



### **Isidro Sánchez-Crespo**

CEO de The Sensory Lab. Ph.D. en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos. Bachelor in Business Administration por la Staffordshire University (Reino Unido). Más de 15 años de experiencia docente, profesor invitado y conferenciante en Escuelas de Negocio y Universidades.





### **Javier Martínez**

International Business Development Board Advisor en Global Sports Innovation Center. Ha desarrollado responsabilidades como Fan Experience en el Club Atlético de Madrid y Vicepresidente de Marketing & Sales en Walt Disney. Es uno de los mayores expertos en el ámbito del Fan Experience Management.



### **José Manuel Calvo**

Subdirector de El País. Licenciado en Filosofía y Ciencias de la Comunicación. Ha trabajado como Jefe de Internacional en Cadena SER, director de Comunicación en Prisa Noticias, Corresponsal en Washington y Redactor Jefe de Internacional en el País.



### **Juan Emilio Maíllo Belda**

Director de Comunicación de Telefónica. Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado como Director de Comunicación Externa y Jefe de Prensa de Bankia. Cuenta con una experiencia de 14 años como periodista en varios medios de comunicación.

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



### **José Manuel Velasco**

Presidente de Global Alliance. Licenciado en Periodismo. Coach ejecutivo certificado por la ICF. Consejero Delegado de Santos Creativos, empresa de gestión de contenidos en radio y televisión. Expresidente de Dircom. Miembro del Consejo Asesor de la Escuela Internacional de Comunicación.



### **Laura de la Fuente**

CEO de Calusa Media & Snippet. Licenciada por ESIC Business & Marketing School. Cuenta con una trayectoria profesional nacional e internacional con más de 11 años de experiencia en marketing experimental, digital y móvil. Ha sido premiada en festivales de referencia en el sector como El Sol, Ojo de Iberoamérica y Omexpo.



### **Juan Cuesta**

Director de Programas de EIC. Periodista con más de 20 años de experiencia. Director en RNE y en TVE, editor-presentador del TD Internacional, editor-jefe del Canal 24 Horas. Presidente de la Asociación Europa en Suma y Team Europe de la Comisión Europea.



### **Macarena Estévez**

CEO and Founder de Conento. Licenciada en Matemáticas por la UAM. MBA por la Escuela de Negocios de Madrid. Investigadora en Estadística y Econometría en la Universidad Carlos III. Miembro del Consejo Asesor de Corporate Excellence. Miembro del EXCO mundial de Groupm Business Science.



## DURACIÓN Y CALENDARIO

|                       |   |
|-----------------------|---|
| Duración              | <b>1 semana</b>   |
| Fecha de inicio       | <b>18 de febrero de 2018</b><br>Por la tarde se celebrará un Afterwork de bienvenida y Networking<br>*Los asistentes deben llegar a Madrid el viernes o sábado anterior |
| Fecha de finalización | <b>24 de febrero de 2018</b>  |
| Horario               | <b>De lunes a viernes de 9.00 a 20.00 h</b><br>*Algunas noches se realizarán actividades culturales de asistencia voluntaria  |
| Carga lectiva         | <b>60 horas / 2 ECTS</b>  |

## TITULACIÓN

**Diploma Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Organizacional**

## PRECIO

**1.450 €**

## BECAS Y CONDICIONES ESPECIALES

- Descuento del 20% por inscripción anticipada
- Beca del 25% por acuerdos con asociaciones y universidades
- 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 enero.
- El pago restante (la totalidad) debe realizarse antes del 15 de febrero.

\* 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 enviado, te responderemos 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 profesional y/o docente en posiciones de responsabilidad en el área de comunicación corporativa.
  - La inscripción será íntegramente reembolsada hasta 10 días antes del inicio del curso si decides no realizarlo.
3. Carta de motivación del candidato.

Una vez recibida la documentación se realizará una entrevista con la Dirección del Programa.  
¡Las plazas son limitadas!

## OBSERVACIONES

**Hacer un programa internacional es una experiencia única y estimulante.** Queremos brindarte el máximo apoyo para hacer de esta experiencia un viaje inolvidable. Por el hecho de estar matriculado en EIC tienes derecho a un servicio de asesoría personalizado para cubrir las necesidades que requieren viajar y estudiar en España. El programa:

### Incluye:

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

4. Coffee breaks
5. Documentación
6. Diploma

### No incluye:

1. Billete aéreo
2. Hotel y manutención
3. Traslados (a excepción de los incluidos en el programa)

La inscripción será íntegramente reembolsada hasta 15 días antes del inicio del curso si decides no realizarlo.

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 modificación del inicio del programa por parte de EIC, se reintegrará el importe total 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 vanguardista.**

La Escuela Internacional de Comunicación dispone de unas modernas instalaciones situadas en el centro de la capital, donde los estudiantes disponen de una amplia oferta de hoteles, restaurantes y comercios. Un enclave perfecto para combinar actividades de ocio con un programa de formación.

La sede de Francisco Silvela, 42 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 de América.



Francisco Silvela,42  
28028 Madrid  
911 377 365  
info@eicomunicacion.com  
www.eciomunicacion.com

**in** LINKEDIN  
<https://www.linkedin.com/company/escuela-internacional-de-comunicacion>

**f** FACEBOOK  
<https://www.facebook.com/eicomunicacion/>

**🐦** TWITTER  
<https://twitter.com/eicomunicacion>

**📷** INSTAGRAM  
<https://instagram.com/eicomunicacion>