



MÁSTER
en **COMUNICACIÓN**
INSTITUCIONAL
y **POLÍTICA**



Universidad
Carlos III de Madrid



ESCUELA
DE PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN
DE UNIDAD EDITORIAL

CREMADES & CALVO-SOTELO
ABOGADOS



Síguenos en:

  
 Broadcast Yourself™

www.escuelaunidadeditorial.es



ÍNDICE



ÍNDICE	3
CARTA DE LOS DIRECTORES DEL PROGRAMA	5
CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO DE UNIDAD EDITORIAL	6
DEFINICIÓN Y OBJETIVO DEL PROGRAMA	7
PERFIL ACADÉMICO Y ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	8
ESQUEMA DEL PROGRAMA	9
METODOLOGÍA	10
CLAUSTRO PROFESORES	12
PRÁCTICAS	14
OTROS PROGRAMAS	15
INSTALACIONES Y MEDIOS TÉCNICOS	16
ADMISIÓN	17
ORGANIZADORES	18



1. CARTA DE LOS DIRECTORES

Vivimos en la era de la Comunicación. Las personas y organizaciones comunican por el mero hecho de existir. Pueden dejar que sean otros los que forjen su imagen y su mensaje, o pueden protagonizar su comunicación para expresarse como son. Hacen falta buenos comunicadores que sepan gestionar adecuadamente las percepciones de la opinión pública.

Esta es la misión del Máster en Comunicación Institucional y Política, que nació en 2005 como resultado de una iniciativa conjunta entre Unidad Editorial, la Universidad Carlos III de Madrid y el despacho Cremades & Calvo-Sotelo.

El objetivo principal del Máster es la formación de directivos capaces de planificar, dirigir y liderar los procesos de comunicación empresarial, institucional y política, en entornos competitivos, globales y dinámicos, con una visión de dirección general.

Para ello, el programa proporciona el conocimiento de las herramientas prácticas que necesitan los responsables de comunicación para analizar su entorno, elaborar estrategias, planificar las actuaciones y evaluar los resultados. El aprendizaje práctico del manejo de esas herramientas se desarrolla en los distintos escenarios de la comunicación institucional y política.

El Máster se dirige a los profesionales de la comunicación que trabajan o lo harán en el futuro en las instituciones públicas y privadas que operan en un entorno político: empresas, fundaciones, partidos políticos, gobiernos, etc. Por sus aulas han pasado ya más de 150 profesionales de distintos países, que actualmente desempeñan cargos directivos en la comunicación de sus organizaciones o que han desarrollado sus propios proyectos empresariales.

La colaboración entre el grupo de comunicación más importante de nuestro país, un bufete internacional y una de las Universidades más prestigiosas de España ha permitido reunir un selecto claustro de profesores que combinan la práctica profesional de primer nivel con la competencia académica. La privilegiada posición de liderazgo de cada uno de los organizadores en su ámbito ha hecho posible la generación de un ecosistema de excelencia del que forman parte un importante grupo de multinacionales españolas, agencias de comunicación y directores de comunicación de las empresas e instituciones más importantes. La implicación de las organizaciones públicas y privadas asegura la permanente relación del alumno con el mundo profesional.



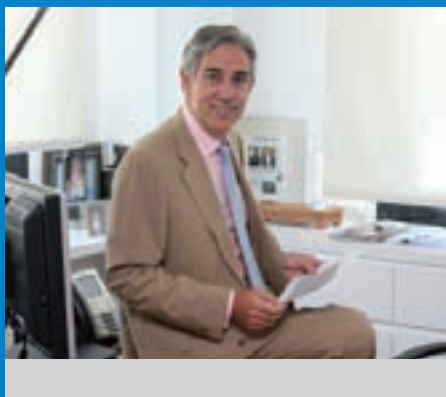
Alvaro Matud, DIRCOM de Cremades & Calvo-Sotelo, Paz Uruñuela, Directora Masters Escuela Unidad Editorial (centro) y María Pilar Diezhandino, Catedrática. Universidad Carlos III, de Madrid

“Por sus aulas han pasado ya más de 150 profesionales de distintos países, que actualmente desempeñan cargos directivos en la comunicación de sus organizaciones o que han desarrollado sus propios proyectos empresariales”.

2. CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO DE UNIDAD EDITORIAL

ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

Consejero Delegado de Unidad Editorial



Bienvenidos a la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial.

Después de 10 años formando en periodismo y en comunicación, damos un paso más en la concreción de nuestra actividad con la creación de la Escuela de Periodismo y Comunicación dentro de nuestra compañía. Se trata de la primera Escuela corporativa asociada a un gran grupo multimedia en España.

Masteres, Programas de Desarrollo Profesional, Cursos de Especialización para recién licenciados... La oferta de nuestra Escuela es amplia y diversa procurando atender las necesidades que existen en el mercado y preparar a sus alumnos para poder aprovechar las nuevas oportunidades que se vislumbran en el mundo de la comunicación y el periodismo. El aprendizaje fuera del aula es también una parte fundamental de la experiencia de la Escuela, que permite además a sus alumnos formar parte de una red de contactos de gran valor.

Uno de los activos más destacados de la Escuela de Unidad Editorial son, sin duda, nuestros profesores. Profesionales todos ellos de primera línea a los que les avala un cuidado y creíble trabajo en los medios, en las direcciones de comunicación de diferentes empresas y entidades o en la Universidad. El refrendo universitario de nuestros títulos de Máster es otra de las características destacables de esta iniciativa. La Universidad CEU-San Pablo y la Universidad Carlos III de Madrid respaldan los masteres de la Escuela de Unidad Editorial confiriéndoles así, junto a su carácter eminentemente profesional y práctico, una solvencia académica demostrada.

Hablar de periodismo y de comunicación es, en definitiva, hablar de credibilidad. Si seguimos siendo un grupo líder en el mercado es precisamente por la credibilidad de nuestras cabeceras en los diferentes ámbitos: EL MUNDO, prensa generalista, MARCA, deportiva, EXPANSIÓN, periodismo económico, TELVA y YO DONA, en moda y belleza, todas ellas en sus versiones en papel y también en Internet.

Por todo ello, participar de la experiencia de la Escuela de Unidad Editorial es una garantía para todos aquellos que quieren abordar su futuro profesional en el mundo de la comunicación y el periodismo con una formación práctica, y una metodología actual y rigurosa.

LUCÍA ÁLVAREZ
Máster 2006-2007.
Técnico de Relaciones
Institucionales de la SGAE

“Aunque fuese su primera edición, no parecía ningún riesgo cursar un Máster avalado por la Universidad Carlos III y por Unidad Editorial. La experiencia fue inmejorable para alguien como yo, que necesitaba dar un giro en su trayectoria profesional aprovechando los conocimientos previos, e incrementando desde un punto de vista teórico lo que ningún otro proyecto formativo ofrece en torno a las relaciones estratégicas y la comunicación política”.



Begoña Elices, Directora General de Comunicación y Gabinete de Presidencia de Repsol, en la sesión de apertura de la V edición del Programa. A la derecha Manuel Palacio, Decano de la Facultad de Periodismo de la Universidad Carlos III, de Madrid y Javier Cremades, Socio-Director de Cremades & Calvo-Sotelo.

3. DEFINICIÓN Y OBJETIVO DEL PROGRAMA

El Máster en Comunicación Institucional y Política (Máster CIP) de Unidad Editorial, la Universidad Carlos III, de Madrid y el despacho de abogados Cremades & Calvo-Sotelo proporciona a sus alumnos la formación necesaria para elaborar estrategias de comunicación en el ámbito de la empresa y de la política. En el Máster se enseña a planificar las actuaciones de comunicación y a evaluar los resultados trabajando en distintos escenarios. El programa trata de forma preferencial la comunicación en campañas electorales, la comunicación de la gestión pública, las situaciones de crisis, campañas de opinión, creación de redes sociales y acciones de lobby.

En un momento en el que la comunicación está adquiriendo un papel preponderante en las empresas e instituciones públicas, el programa te ofrece todas las claves y herramientas necesarias para afrontar con éxito tu carrera profesional.

4. PERFIL ACADÉMICO



El Máster CIP está dirigido a profesionales que quieran actualizar su formación o adquirir los conocimientos para llegar a formar parte de las direcciones de comunicación de las empresas, instituciones o partidos políticos.

El acceso al Máster está abierto también a recién licenciados con conocimientos del ámbito de la comunicación. Es un programa especialmente indicado para los graduados en carreras de Comunicación Social o Empresa, aunque no excluye de su alumnado potencial a quienes se han graduado en otras carreras, Derecho, Sociología, entre otras.

Perfil académico habitual

En torno a un 45% de los alumnos proviene de carreras relacionadas con el Periodismo y la Comunicación y el otro 55% son licenciados en otras especialidades.

El Máster CIP tiene un significativo cariz internacional. Un 25% de sus alumnos son extranjeros.

Edad Media: 29 años

Sexo: 60% mujeres, 40% hombres

Experiencia profesional media: 3,5 años de experiencia

Países de procedencia: Venezuela, México, Colombia, República Dominicana, Ecuador, Brasil, Rusia, Francia, Italia, Portugal.



5. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

El programa del Máster CIP es de alto contenido práctico. Consta de 350 horas lectivas. El Máster ofrece a sus alumnos un mínimo de tres meses de prácticas en empresas del sector.

El **horario** del Máster es compatible con la actividad laboral. Es un programa de fines de semana, cuyo horario es el siguiente:

Viernes, de 16:00 a 21:00 h

Sábados, de 9:00 a 14:00 h

Una vez al mes, los alumnos del Máster en Comunicación Institucional y Política recibirán la visita de un DIRCOM. Estos encuentros tendrán lugar los jueves de 19:30 a 21:00 h.

6. ESQUEMA DEL PROGRAMA

MÓDULO 1

ORGANIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

- 1.1 Sistema electoral e Historia de las campañas electorales
- 1.2 Investigación y Opinión Pública
- 1.3 Los marcos conceptuales (framing) en la comunicación
- 1.4 Estrategia de mensaje: El priming y la recepción
- 1.5 La comunicación en red: Los influencers
- 1.6 Psicología de la persuasión aplicada a la comunicación
- 1.7 Emociones y sensaciones en la comunicación
- 1.8 Estrategias integradas de comunicación y marketing
- 1.9 Gestión económica de proyectos de comunicación
- 1.10 El Branding o posicionamiento de marca
- 1.11 El plan de comunicación
- 1.12 El plan de Campaña Electoral
- 1.13 Escritura Multimedia
- 1.14 Desarrollo profesional y Networking (I)

MÓDULO 2

RELACIONES CON LOS MEDIOS

- 2.1 Dirección de Departamentos de Prensa
- 2.2 La comunicación en TV y en Radio
- 2.3 La Comunicación personal: Formación de portavoces
- 2.4 La Comunicación Narrativa: el storytelling
- 2.5 Comunicación Digital: Internet y Redes Sociales
- 2.6 Comunicación Interna
- 2.7 Comunicación de Crisis
- 2.8 Redacción de discursos
- 2.9 Desarrollo profesional y Networking (II)

MÓDULO 3

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN

- 3.1 Organización de eventos
- 3.2 Protocolo
- 3.3 Lobby y Relaciones Institucionales
- 3.4 RSC y Comunicación Corporativa
- 3.5 Comunicación de Partidos Políticos
- 3.6 Comunicación Electoral y Marketing Político
- 3.7 Comunicación de los Gobiernos
- 3.8 Diplomacia Pública
- 3.9 Comunicación del Tercer Sector
- 3.10 Comunicación institucional
- 3.11 Desarrollo profesional y Networking (III)



PEDRO IGLESIAS

Director de Marketing de EL MUNDO

“En un mundo tan fragmentado, contradictorio e hiperconectado como el que nos ha tocado vivir, la percepción se presenta como la única realidad y lo público y lo privado son ámbitos que se funden y confunden sin rubor. La comunicación cobra nuevas dimensiones y retos para los que conviene estar preparado: las marcas ya no quieren clientes, ahora buscan amigos; y la autenticidad, la personalidad y el compromiso, aparecen como grandes valores que cotizan al alza tanto en nuestra vida personal como en la de las empresas.”

**ARANTZA HERNANZ
MARTÍN**

Máster 2007-2008.
Gerente de Responsabilidad
Corporativa de Repsol

“Además de completar de forma sustancial la formación teórica y práctica de cualquier licenciatura relacionada con la comunicación, creo que el Máster de Comunicación Institucional y Política te da una visión de los medios de comunicación diferente a la que tienes cuando trabajas en el otro lado. Es un muy buen complemento para los que nos movemos en las áreas de comunicación de las corporaciones.”



7. METODOLOGÍA

La metodología del Máster CIP combina la práctica, la teoría, debates y las sesiones de Experiencia Profesional. En las asignaturas que lo permiten, se establece el método del caso y/o del Roll Play, para que el alumno se enfrente a los problemas reales que se le presentan a un Director de Comunicación. Además, a través de estos métodos, el alumno mejora su capacidad de liderazgo, sus habilidades negociadoras así como su dialéctica y capacidad para gestionar equipos.

La discusión en clase es otro de los puntos fuertes del programa. Muchos de los trabajos se comentan en el aula con los profesores. Este diálogo o coloquio cierra el proceso formativo ya que el profesor actúa como moderador y, en ocasiones, provocador de ricos debates entre futuros profesionales. Este intercambio proporciona a los alumnos un complemento esencial en su formación.



TRABAJO EN EQUIPO

Durante todo el programa, el trabajo en equipo es uno de los aspectos que más se valora. Los grupos de trabajo que se organizan para muchas de las materias los decide la dirección del programa, lo que aporta al alumno una enorme verosimilitud con la vida profesional real. El alumno aprende a trabajar en equipo con suficiente eficacia y rigor superando los obstáculos habituales en este tipo de planteamiento profesional.

PARTICIPACIÓN EN CLASE

Un buen comunicador debe saber exponer sus puntos de vista de forma oral con capacidad de convicción y trasladando mensajes efectivos. Por eso, la participación en clase se torna imprescindible y a menudo, resulta muy bien valorada por los profesores.

EVALUACIÓN

La evaluación del alumno durante el programa es continua. Todos los trabajos presentados llevan aparejada una calificación y comentarios del profesor que los corrige. En esos comentarios, el profesor señala los puntos fuertes del ejercicio y las áreas posibles de mejora.



YURI MOREJÓN

**Asesor de Comunicación
Política e Imagen Pública
Director de Yescom
Consulting - Comunicar es
Ganar**

“Los políticos no tienen por que ser expertos en comunicación, pero sí tienen que estar predispuestos a comunicar bien. Las campañas, los formatos, los públicos... cambian, por eso se hacen imprescindibles los asesores y consultores en comunicación política. Profesionales que, bajo criterios básicos como la honestidad, el rigor, la prudencia o la discreción, sirven de puente al político para conectar con la ciudadanía y a ésta con el gobernante. Comunicación permanente y de ida y vuelta.”



FRANCISCO ROSILLO
Director General de
Aleph Comunicación

“Estamos en un momento clave para las instituciones y fuerzas políticas, en el que la comunicación ha dejado de ser unidireccional. El protagonismo creciente del ciudadano a través de las tecnologías 2.0 exige un cambio en el modelo de trabajo seguido hasta ahora. Prima la transparencia absoluta como la nueva forma de hacer marketing y comunicación. El nuevo entorno requiere un planteamiento integral del profesional de la comunicación, nuevas habilidades y destrezas, que le permitan gestionar la reputación de la entidad/personalidad en el mundo off y online”.



Pío Cabanillas, Director General de Imagen Corporativa y Marketing Global de Acciona participó en una sesión de Experiencia Profesional con los alumnos. Estas sesiones, que se celebran una vez al mes, cuentan con la presencia de destacados DIRCOM del ámbito empresarial y político.

8. CLAUSTRO DE PROFESORES

ALDAMIZGOGEASCOA, JUAN

Responsable de Comunicación de
TECNATOM

ÁMEZ RODRÍGUEZ, PABLO

Socio Fundador de EG ESCUELA DE
GOBIERNO

ARROYO, LUIS

Presidente de ASESORES DE COMUNICA-
CIÓN PÚBLICA

AYLLÓN, JOSÉ LUIS

PARTIDO POPULAR

CARDONA, JUAN

Director del FORO DE REPUTACIÓN
CORPORATIVA

CORUJO, ADOLFO

Director de Comunicación Online en
LLORENTE & CUENCA

DIEZHANDINO, GABRIELA

Head of Public Affairs de la CEA.

ASOCIACIÓN EUROPEA DE SEGUROS

FERNÁNDEZ, SAMARY

Directora de Marketing de Revistas y
Suplementos de UNIDAD EDITORIAL

GARCÍA LEÓN, CARLOS

Especialista en Comunicación Jurídica
en EXPANSIÓN

GÓMEZ YÁÑEZ, JOSÉ ANTONIO

Associate Director en MILLWARD BROWN
SPAIN

GRANDAL, LUIS CARLOS

Profesor de la UNIVERSIDAD CARLOS III
DE MADRID

GUTIÉRREZ RUBÍ, ANTONIO

IDEOGRAMA

HERRERO, SUSANA

Consultora de LLORENTE & CUENCA

HUERTA, ARMANDO

Editor de Informativos de Fin de Semana en TELEMADRID

IGLESIAS, PEDRO

Director de Marketing del GRUPO UNIDAD EDITORIAL- EL MUNDO

JIMÉNEZ, SANTIAGO

Asesor de Relaciones Externas de la PRESIDENCIA DEL GOBIERNO

JOVE, MATÍAS

Consultor Político

LILLO, ROSA

Profesora UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

LOZANO, CARMEN

Directora de 1 To 1

MANZANO, LUIS

Director General de LANDOR

MARTÍN, MIGUEL ÁNGEL

Profesor de la UNIVERSIDAD DE VILLANUEVA

MATUD, ÁLVARO

Director del Máster CIP. DIRCOM de CREMADES & CALVO-SOTELO

MICHAVILA, NARCISO

Especialista en Investigación

Cuantitativa en GABINETE DE ANÁLISIS DEMOSCÓPICO

MOREJÓN, YURI

Director de YESCOM CONSULTING

NÚÑEZ, ANTONIO

Director de STORY AND STRATEGY

PEÑA JIMÉNEZ, PALMA

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

PEÑA, LUIS MIGUEL

Director de LLORENTE & CUENCA

REDONDO, IVÁN

Director de REDONDO & ASOCIADOS

REDONDO, JAVIER

Profesor UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

RODRÍGUEZ, ELIA

Redactora de ES RADIO MADRID

RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, ANTONIO

Catedrático de la UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

ROSILLO, FRANCISCO

ALEPH COMUNICACIÓN

RUBIO, RAFAEL

Socio de DOG COMUNICACIÓN

SÁDABA, TERESA

Directora de Relaciones Internacionales en CAJA NAVARRA

URUÑUELA, PILAR

Subdirectora del área de Economía en RADIO NACIONAL DE ESPAÑA

VALENCIA, CHARO

Especialista en Investigación Cualitativa en GABINETE DE ANÁLISIS DEMOSCÓPICO

VICENTE, ALBERTO

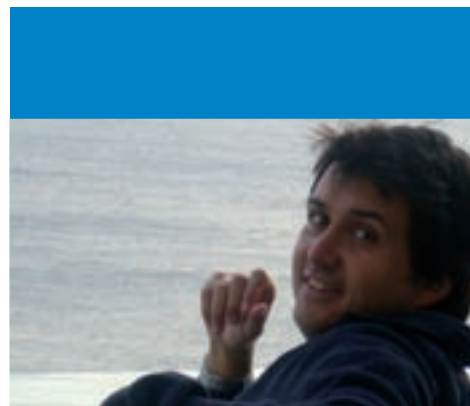
Consultor de LLORENTE & CUENCA

VILA, XAVIER

Responsable de Prensa y Comunicación de INTERMÓN OXFAM

ZOILLO, CRISTINA

Responsable de Comunicación de ERNST & YOUNG Abogados



Javier Redondo



Cristina Zoilo



Luis Arroyo

Si desea más información sobre el claustro de profesores visite nuestra página web

XAVI SALVATELLA I MESTRES

Máster 2009-2010. Jefe de Prensa del RCD Espanyol

“Del Máster CIP destacaría el alto nivel de experiencia del profesorado, así como el conocimiento final que el alumno obtiene acerca de las características y las técnicas de la comunicación pública. Además, las prácticas pueden significar una buena oportunidad laboral para iniciarte como profesional de la comunicación desde las organizaciones. Así fue en mi caso y, por ello, siempre guardaré un grato recuerdo de mi paso por las aulas de la Universidad Carlos III.”

9. PRÁCTICAS

Para completar la formación que recibe en el aula, el alumno del Máster CIP que lo solicite puede tener acceso a un mínimo de tres meses de prácticas en empresas. Empresas en las que los alumnos han podido hacer prácticas durante el curso 2009-2010:

ACH

audacia

CNMV

COACH

Comunicación

C&C

doge

EGAD

IBERIA

Albrook

LLORENTE & CUENCA

LEROMERLIN

MAS CONSULTING GROUP

medialuna

ostes + sola

PP

Plan

PSOE

Rosario Horca Menéndez

REDONDO & ASOCIADOS

REPSOL

Roche

sgae

SIEMENS

TORRES BARRERA

Unidad Editorial

10. OTROS PROGRAMAS

La Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial ofrece, cada año, otros tres programas Máster vinculados al mundo del periodismo y la comunicación especializada, con títulos de la Universidad CEU-San Pablo.

MASTERS

- Máster Oficial en Periodismo de EL MUNDO. Título de la Universidad CEU-San Pablo
- Máster Oficial Telva & Yo Dona en Comunicación de Moda y Belleza. Título de la Universidad CEU-San Pablo
- Máster MARCA en Comunicación y Periodismo Deportivo (On-line). Título de la Universidad CEU-San Pablo

Junto a los Masters, la Escuela de Unidad Editorial organiza también diversos cursos de especialización y Programas de Desarrollo Profesional (PDP) destinados a profesionales que quieran actualizar sus conocimientos o reorientar su carrera.

PDP'S

- PDP Comunicación Interna. Nuevas Estrategias y Canales 2.0
- PDP Experto en Social Media Management (edición Madrid y Barcelona)
- Curso Superior Comercialización de Publicidad en los Medios de Comunicación
- PDP Gestión de Patrocinios

Consultas en: informacion@escuelaunidadeditorial.es - Tel. 91 443 51 67



LUIS MIGUEL PEÑA

Director

LLORENTE & CUENCA

“Si la formación y especialización es necesaria en todos los campos profesionales, más aún lo es en un ámbito como la comunicación, en el que estamos viviendo una de las etapas de cambio más relevantes de las últimas décadas. Tanto para los profesionales de la comunicación, como para aquellos que giran su carrera hacia labores relacionadas con la comunicación de las empresas y las instituciones, resulta casi obligado cursar un programa como el Máster en Comunicación Institucional y Política.

El buen nivel de los alumnos permite realizar sesiones muy prácticas y orientadas a la comunicación real, lo que hace que cada clase tenga el nivel que tendría una reunión de profesionales tratando de abordar un problema real en el ámbito corporativo o político”.

NATALIA ESCORIAL

Máster 2007-2008.

Marketing Manager en The
Boston Consulting Group

“El máster en Comunicación Institucional y Política es sin duda una experiencia que recomendaría. Me brindó la oportunidad de realizar una reflexión teórica sobre el día a día de mi trabajo que me permitió tomar distancia y considerar las funciones del departamento de comunicación como un componente crítico de la estrategia de una empresa que contribuye decisivamente a su éxito”.



11. INSTALACIONES Y MEDIOS TÉCNICOS

El Máster CIP cuenta con unas modernas instalaciones en la sede de Unidad Editorial, donde se encuentran las redacciones del grupo, EL MUNDO, EXPANSIÓN, MARCA, las revistas TELVA y YO DONA, entre otras. La sede está en la Av. de San Luis nº 25, de Madrid. Aquí los alumnos reciben la mitad de las clases. El otro 50% del programa se imparte en la Universidad Carlos III, de Madrid, en su campus de Getafe. Las clases prácticas de radio, televisión, telegenia y oratoria se imparten en los estudios de radio y televisión de la Universidad Carlos III de Madrid.





Para consultas contactar:
master.cip@escuelaunidadeditorial.es
Belén Jiménez, coordinadora del programa
Tif. 91 443 51 67

12. PROCESO DE ADMISIÓN

El objetivo fundamental del proceso de ADMISIÓN es seleccionar a aquellas personas con un perfil adecuado para el desarrollo y aprovechamiento del programa. Nos interesan personas q tengan clara su vocación por la comunicación en cualquiera de sus vertientes, que aporten madurez y criterio al programa, con capacidad de relacion y habilidades interpersonales que pueden contribuir al enriquecimiento del grupo.

Con estas premisas pretendemos proporcionar a los alumnos que cursan el programa un contexto adecuado para desarrollar una estrecha relación con sus compañeros que trascienda el período de formación que abarca el Máster.

Si deseas cursar el Máster CIP debes enviar los impresos de admisión y la siguiente documentación a la Universidad Carlos III de Madrid, Centro de Ampliación de Estudios, C/ Madrid 126, 28903 Getafe. (Tif: 91 624 84 76).

- [Certificado de estudios](#)
- [Expediente académico](#)
- [Curriculum Vitae detallado](#)
- [Tres fotografías tamaño carnet](#)
- [Fotocopia del DNI o pasaporte](#)
- [Cualquier otro documento que el solicitante considere adecuado para demostrar sus méritos](#)

La dirección del programa se pondrá en contacto con los candidatos con los que mantendrá una **entrevista personal**.

En el plazo de una semana, se comunicará al candidato si ha sido admitido a cursar el Máster y se les dará un plazo para la formalización de la reserva de plaza.

La matrícula definitiva se realizará días antes del inicio del curso.

Las tasas de matrícula del programa ascienden a 9.000 euros.

12. ORGANIZADORES

ESCUELA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DE UNIDAD EDITORIAL

La Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial ofrece una amplia oferta formativa. Masters, programas de desarrollo profesional, seminarios, cursos, jornadas... La Escuela pertenece a uno de los grandes grupos multimedia de España, que cuenta con cabeceras tan prestigiosas como EL MUNDO, MARCA, EXPANSIÓN, TELVA, YO DONA, VEO 7 y ELMUNDO TV, entre otras. Sus profesionales, junto a destacados directivos del ámbito de la comunicación corporativa, el marketing, la publicidad y las redes sociales, participan en todos nuestros programas. En total, más de 300 expertos al servicio de los alumnos.

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

Fundada en 1989, la Universidad Carlos III de Madrid es una de las seis universidades públicas emplazadas en la Comunidad de Madrid.

Ha sido la primera Universidad pública española en establecer créditos obligatorios de Humanidades en todas sus titulaciones, en proponer programas bilingües, en establecer programas para estudiar conjuntamente dos titulaciones y en introducir los métodos de calidad en todas sus actividades.

La Universidad Carlos III aspira a formar ciudadanos íntegros, capaces y críticos, con una visión amplia y multidisciplinar, que asuman la responsabilidad de contribuir a un mundo más justo y solidario.

CREMADES & CALVO-SOTELO

Cremades & Calvo-Sotelo es una de las firmas de abogados más relevantes de España con amplia experiencia en las principales áreas profesionales de la actividad jurídica, en alguna de las cuales ejerce un destacado liderazgo a nivel nacional e internacional. Está presente en más de diez ciudades de España, Portugal, Argentina, Colombia y Brasil. La responsabilidad de liderar los cambios que se producen continuamente en la actualidad social y jurídica, lleva a Cremades & Calvo-Sotelo a organizar, en colaboración con distintas empresas y universidades, diversos programas de formación universitaria de postgrado.

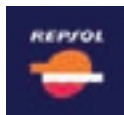


Universidad
Carlos III de Madrid

CREMADES & CALVO-SOTELO
ABOGADOS

Madrid - Barcelona - Málaga - Marbella - Granada - Zaragoza - Pamplona
Buenos Aires - Bogotá - Lisboa - Tel Aviv

Con el patrocinio de:



www.repsol.com

LLORENTE & CUENCA
CONSULTORES DE COMUNICACIÓN

www.llorentecuenca.com



Síguenos en:



Linked in



www.escuelaunidadeditorial.es





Universidad
Carlos III de Madrid

CREMADES & CALVO-SOTELO
ABOGADOS

Con el patrocinio de:



LLORENTE & CUENCA
CONSULTORES DE COMUNICACIÓN

Más información: T. 91 443 51 67
master.cip@escuelaunidadeditorial.es

www.escuelaunidadeditorial.es