



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



Universidad  
Carlos III de Madrid



**ESCUELA**  
**DE PERIODISMO**  
**Y COMUNICACIÓN**  
DE UNIDAD EDITORIAL

**CREMADES & CALVO-SOTELO**  
ABOGADOS

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



# 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

**Síguenos en:**

[www.escolaunidadeditorial.es](http://www.escolaunidadeditorial.es)



# 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.



*Álvaro Matud, Paz Urñueta, 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 PRESIDENTE EJECUTIVO

**ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO**

Presidente Ejecutivo



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.



Javier Rodríguez Zapatero, director general de Google España, en la inauguración de la 1ª edición del Máster en Comunicación Institucional y Política (CIP) de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial, la Universidad Carlos III de Madrid y el despacho 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, Argentina y Chile.

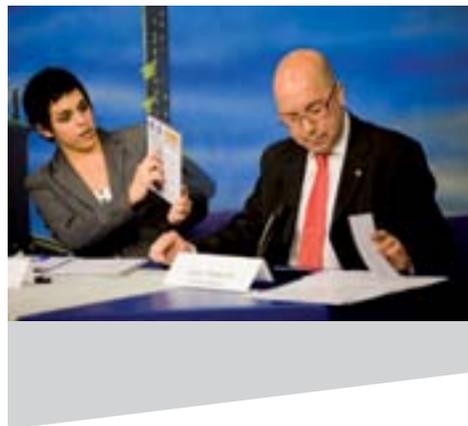
## 5. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

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.

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



## 6. ESQUEMA DEL PROGRAMA

### MÓDULO 1

#### PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN

- I.1. INVESTIGACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA (I)
- I.2. ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN: Framming, Storytelling, Estrategia del Mensaje y Comunicación y Persuasión
- I.3. RELACIONES CON LOS MEDIOS
- I.4. EMPRESA Y MARKETING
- I.5. PROTOCOLO

### MÓDULO 2

#### LA COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS

- II.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES: Televisión y radio
- II.2. FORMACIÓN DE PORTAVOCES
- II.3. TÉCNICAS DE REDACCIÓN MULTIMEDIA
- II.4. NUEVOS MEDIOS: Comunicación en la red, Influentials, Gestión de contenidos digitales y SEO y SEM

### MÓDULO 3

#### COMUNICACIÓN CORPORATIVA

- III.1. INVESTIGACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA (II)
- III.2. BRANDING:
- III.3. PLAN DE COMUNICACIÓN
- III.4. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA
- III.5. LOBBY: Grupos de presión y Lobby en las instituciones europeas
- III.6. CASOS PRÁCTICOS: Comunicación de Crisis, RSC y Tercer Sector

### MÓDULO 4

#### COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL

- IV.1. INVESTIGACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA (III)
- IV.2. DIPLOMACIA PÚBLICA
- IV.3. COMUNICACIÓN DE GOBIERNOS: Ministerios, Comunidades autónomas y Ayuntamientos
- IV.4. COMUNICACIÓN POLÍTICA
  - IV.4.1. Sistema electoral
  - IV.4.2. Emociones y sensaciones en la política
  - IV.4.3. Plan de campaña: la comunicación desde los partidos
  - IV.4.4. Ingeniería de la imagen pública
  - IV.4.5. Escenografía pública y política
  - IV. 4.6. Casos prácticos de comunicación política



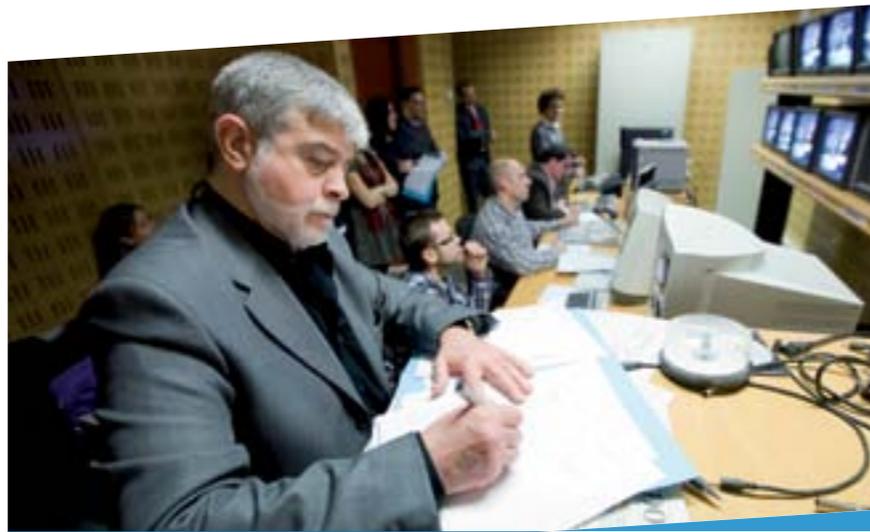
### PEDRO IGLESIAS Director de Marketing de EL MUNDO

*“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 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 esas valoraciones, 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

**ARROYO, LUIS**

Presidente de ASESORES DE COMUNICACIÓN 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

**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

**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

**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

**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

## 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:



### 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.”

## 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 quieren 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)
- PDP Comunicación Corporativa 2.0
- PDP Negocio Digital

Consultas en: [informacion@escuelaunidadeditorial.es](mailto: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](mailto:master.cip@escuelaunidadeditorial.es)

Belén Jiménez, coordinadora del programa

Tlf. 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 que tengan clara su vocación por la comunicación en cualquiera de sus vertientes, que aporten madurez y criterio al programa, con capacidad de relación 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. (Tlf: 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.



**CREMADES & CALVO-SOTELO**  
ABOGADOS

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

Con el patrocinio de:



[www.repsol.com](http://www.repsol.com)

**LLORENTE & CUENCA**  
CONSULTORES DE COMUNICACIÓN

[www.llorenteycuenca.com](http://www.llorenteycuenca.com)

Síguenos en:



LinkedIn



[www.escuelaunidadeditorial.es](http://www.escuelaunidadeditorial.es)



ESCUELA  
DE PERIODISMO  
Y COMUNICACIÓN  
DE UNIDAD EDITORIAL



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:



LLORENTE & CUENCA  
CONSULTORES DE COMUNICACIÓN

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

[www.escuelaunidadeditorial.es](http://www.escuelaunidadeditorial.es)