

# Equipo Académico

Director:

- Juan Enrique González .

Co-director:

- Gerardo Mariñas .

Profesionales del sector que imparten clase en el Máster, entre otros:

- Jon Artolozaga (Mediaplus Equmedia).
- Ignacio Arenillas de Chaves (EIKONTECH).
- Eduardo Ballesteros (NewixMedia).
- Enrique Escalante (Grupo Havas).
- Juan Carlos López Quintero (Inka Marketing Estratégico).
- Gerardo Mariñas (House of Communication).
- Gaspar Mayor (Mediaset).
- Antonio Pareja (Wavemaker).
- Rafael Serrahima (GroupM).
- Maribel Vivancos (GroupM).
- Manuel García Meroño (Mediabrand).
- Enrique Moreno (Vithas).
- Oscar Rodríguez (Xaxis).
- Javier Vidaurrieta (KPMG).

## MÁSTER FORMACIÓN PERMANENTE EN PLANIFICACIÓN DE MEDIOS 360

- **Créditos: 60.**
- **Modalidad:**  
Presencial. Octubre - Junio  
De Lunes a Jueves  
De 19:00 - 21:30 h.  
Escuela de Gobierno  
Campus de Somosaguas
- **Entidades Colaboradoras:**  
Universidad Complutense  
de Madrid
- **Opción de pago único  
o fraccionado en 4 partes  
iguales.**

**+INFO**



## MÁSTER FORMACIÓN PERMANENTE EN PLANIFICACIÓN DE MEDIOS 360



## Objetivos

El objetivo de este máster es que los estudiantes aprendan sobre el amplio espectro del ecosistema publicitario y el funcionamiento de una agencia de medios, incluyendo sus herramientas.

Además, ofrece una visión estratégica y holística del proceso de comunicación como parte del negocio del anunciante, al mismo tiempo que se consideran los aspectos de negocio y rentabilidad de agencias y medios de comunicación.

## Metodología

Metodología muy práctica, case studies y clases cercanas con profesionales del sector. Además, ofrece la posibilidad de realizar convenio de prácticas en las mejores agencias y empresas del sector.

En cuanto a la evaluación, son trabajos prácticos en grupo e individuales, evaluaciones por cada módulo y un porcentaje destinado a la asistencia y participación. Por otro lado, se evalúa la realización de un Trabajo Fin de Máster(TFM).

## Programa

El Máster se divide en 6 módulos que configuran todos los sectores necesarios para comprender la planificación de medios:

1. **Ecosistema digital y medios tradicionales**
2. **Planificación Estratégica: comunicación digital y multimedia**
3. **Plan de Medios: herramientas tradicionales, digitales y no convencionales**
4. **Innovación y creatividad en medios y planificación**
5. **Evaluación de la planificación de medios: KPIs, relaciones empresariales, contratos y tendencias**
6. **Acceso al mundo laboral y gestión de carrera**

