



# Comunicación y Moda

## Master Profesional

Duración: 400 Horas

7ª edición: 14 de octubre de 2010

Finalización: Junio de 2011

Horario: De 19.00 a 22.30 h





## Master Professional 400h Comunicación y Moda

---

**Dirección del curso:** Enrique Loewe.

**Coordinación:** Hada Martínez.

**Duración:** 400 Horas.

**Inicio:** 14 de octubre de 2010.

**Finalización:** Junio de 2011.

**Horario:** De 19.00 a 22.30 h.

De lunes a jueves, 3 y 4 días por semana y un viaje durante un fin de semana.

**Dirigido a:** Profesionales de la Moda, licenciados, diplomados con experiencia profesional en Comunicación, Marketing y RR.PP., Periodistas y todas aquellas personas que busquen una formación específica en el campo de la Moda y la Comunicación.

**Proceso de admisión:** Se prevé una selección efectuada sobre la base de Currículum Vitae, carta de motivación y entrevista personal.

**Certificado:** Al término del curso se entregará un certificado acreditativo por haber realizado y superado satisfactoriamente el mismo.

**Asistencia:** Será obligatoria la asistencia a clase e indispensable para obtener este diploma.

**Plazas:** El tamaño medio de los grupos en IED Master es de 22 alumnos. Plazas limitadas. Recomendamos realizar la matriculación al menos un mes antes del comienzo del curso.

**Precio:** 1.900 € matrícula + 6.400 € tasa de curso.

**Admisiones:** +34 91 448 04 44 • [info@madrid.ied.es](mailto:info@madrid.ied.es)

**Para más información sobre becas y sesiones informativas:**  
[iedmadrid.com](http://iedmadrid.com)

**En colaboración con:**

**LOEWE**  
FUNDACIÓN



Sede IED Master Madrid  
Calle Larra 14

## IED Master

Los programas **IED Master** responden a una demanda altamente profesional y especializada en el entorno del diseño y la comunicación: **Contexto cultural + Conocimiento transversal + Especialización profesional.**

La exigencia y la calidad en la formación de futuros profesionales pasa, en IED Madrid, por una intensa participación en el contexto cultural y en la realidad profesional del diseño y la comunicación. Los programas de estudio IED Master incorporan las materias y disciplinas necesarias para vivir una experiencia formativa completa y enriquecedora: por una parte, extensa y transversal; por otra, concreta y especializada en las temáticas de cada uno de nuestros cursos.

En el **IED Master** tenemos como objetivo formar futuros profesionales cuyo perfil sea creativo e innovador, unos requisitos hoy en día necesarios para enfrentarse con éxito a las más altas exigencias de la actual realidad laboral.

Fomentamos el conocimiento multidisciplinar en el ámbito del diseño y la comunicación, logrando así una mas amplia perspectiva en el desarrollo profesional y personal de nuestros alumnos.

Proporcionamos una rigurosa especialización en cada área profesional concreta con una metodología didáctica que conjuga la teoría y la practica y que culmina en la realización de un proyecto final tutorizado por los mejores profesionales del sector.

Enseñamos a desarrollar una alta capacidad comunicativa y de gestión de los conocimientos adquiridos.

Los programas **IED Master** están dirigidos a diplomados y titulados, profesionales y autónomos del campo del diseño y la comunicación, así como al mundo de la empresa en general. Están concebidos para proporcionar una experiencia formativa de alta calidad que garantiza una oportunidad de crecimiento personal y profesional.

Todas las imágenes pertenecen a proyectos de nuestros alumnos realizadas en nuestros cursos.

\* Este folleto es orientativo y la información está sujeta a posibles futuros cambios.



## Introducción Comunicación y Moda

**La Moda es Comunicación.** Y la Comunicación está de moda: una tendencia en auge. Máster que forma profesionales en Comunicación especializados en el sector Moda.

Este **Máster de Comunicación y Moda**, pretende formar personas capaces de crear comunicación, de entender lo trascendental de su función y utilizar con habilidad las herramientas tradicionales y de nueva creación para comunicar en los términos dinámicos, creativos e innovadores que definen la propia naturaleza de la moda.

Todo lo expuesto es en realidad un complejo amalgama de conocimientos y actuaciones que requiere un *know-how* muy específico, que engloba desde una interiorización de filosofía comunicacional concreta, hasta el conocimiento y uso de los más diversos resortes para lograr los objetivos propuestos, todo ello unido a un completo entendimiento de lo que significa la moda en el conjunto de señas de identidad que conforman la personalidad del ser humano.

Los elementos que giran en torno a este mundo transmiten algo concreto, inspiran ideas y sentimientos; lo **objetivo** y lo **subjetivo**. En los últimos decenios, la actividad empresarial se ha visto condicionada, al igual que la inmensa mayoría de las parcelas de acción del ser humano, por una profunda y constante espiral de cambios motivados, en gran medida, por las nuevas necesidades surgidas a partir de la creciente globalización en la que nos encontramos inmersos.

Este concepto de “Aldea Global”, que ya apuntó el visionario McLuhan a mediados de los sesenta, ha propiciado que las empresas sean cada día más conscientes de la imperiosa necesidad de crear equipos multidisciplinares y muy competentes, capaces de afrontar el reto de trabajar para un mercado exponencialmente mayor que el de antaño y cubrir las expectativas de clientes de diferentes razas, culturas, gustos y costumbres.

El sector de la Moda es probablemente uno de los que mejor refleja un **mundo dinámico**, en constante y vertiginosa evolución, ha de plantear, diseñar y ejecutar las más complejas estrategias para llegar cada día más lejos en su expansión, sin perder de vista los condicionantes culturales y estéticos de cada segmento de mercado.

Es en este punto donde nos encontramos de pleno con la Comunicación, ese concepto que engloba todas aquellas acciones destinadas a darse a conocer, a establecerse y posicionar la imagen de marca en el complicado panorama de mercado, en el que todos puján por apuntarse el mayor número de clientes.

Por ello a casi nadie escapa ya la **importancia de la Comunicación** en el mundo empresarial, si bien es verdad que aún existe cierto desconocimiento de esta disciplina y no se le da en ocasiones el lugar merecido. Sin embargo, el sector de la moda tiene quizá una mayor necesidad de contar con profesionales altamente cualificados, que diseñen estrategias específicas adaptadas a las nuevas tendencias

que irrumpen cada año. Personas que entiendan que, en el contexto actual, las tendencias de futuro se encaminan hacia la integración y la globalización.



## Objetivos

---

El Master de Comunicación & Moda de IED Madrid pretende formar profesionales en el sector de la Comunicación con un alto grado de especialización en lo que a las peculiaridades de la Moda se refiere.

Por ello el Master, basándose en un completo programa teórico/práctico, apoyado con actividades prácticas apegadas a la realidad de la profesión, plantea los objetivos necesarios para que el propio entorno laboral perciba los resultados de personas cualificadas para desempeñar una labor profesional en empresas y medios de comunicación del sector Moda.

**1. Formar** profesionales con preparación específica para desempeñar su labor en el terreno de interacción Moda-Comunicación-Marketing.

**2. Facilitar** los conocimientos necesarios para identificar con claridad las necesidades específicas de su campo de actuación en el sector Moda.

**3. Enseñar** el manejo de las herramientas de la Comunicación y proporcionar el criterio para su utilización en cada caso.

**4. Introducir** al alumno en las nuevas tecnologías y su aplicación real a la hora de comunicar una idea, un producto o una imagen de marca.

**5. Explicar** el papel y la interrelación de los diversos sectores que intervienen en el proceso comunicativo: Prensa, Comunicación, Marketing, Publicidad, Relaciones Públicas, Eventos...

**6. Facilitar** la comprensión sobre el lugar que ocupa la Comunicación en la estructura empresarial del entorno Moda.

## Salidas profesionales

---

Los alumnos que realicen este master podrán encauzar su vida profesional en varios sentidos:

- Departamentos de Comunicación y Marketing en Empresas de Moda
- Agencias de comunicación, eventos o RRPP con clientes de moda
- Redacción en revistas del contexto moda
- Showrooms
- Comunicación y marketing de moda en Internet
- Freelance
- Agencias y Departamentos de Publicidad
- Departamentos diversos de Empresas de Cosmética
- Etc....



## Metodología

---

Este programa **Master de Comunicación y Moda** cuenta con una metodología didáctica específica dentro de la cual hay una parte de carácter multidisciplinar común a las 4 escuelas de **IED Master**, que comprende actividades como: conferencias, mesas redondas, clases magistrales, talleres. De esta manera el alumno que realice este Master vivirá una experiencia formativa completa, fomentando la relación con otras disciplinas, aprovechando el intercambio de conocimientos, ideas, opiniones, experiencias... como parte de una formación estimulante y enriquecedora para su posterior proyección profesional.

Partiendo de este planteamiento se presenta el siguiente programa:

11

Un profesional de la comunicación, en el ámbito moda, estaría preparado en la medida en que; entiende el sector en el que se mueve, es capaz de ofrecer capacidad analítica para trazar el rumbo de las acciones que han de emprender y conoce la mecánica de actuación aplicable en cada fase del proyecto. Con este fin, la metodología didáctica empleada en este programa esta muy vinculada a la realidad profesional.

De esta manera, los alumnos adquirirán los conocimientos necesarios para convertirse en figuras estratégicas y operativas dentro del ámbito profesional, capaces de identificar tendencias socioculturales y de consumo en relacionadas con el contexto moda.

### Clases teórico-prácticas

A nadie escapa la necesidad de asentar de

manera sólida las bases de conocimiento para garantizar el éxito en la ejecución de ideas. Los alumnos tendrán la oportunidad de plasmar los conocimientos adquiridos en las clases teóricas mediante la resolución de casos prácticos, tomando ejemplos de la realidad o desarrollando casos específicos para incidir sobre temáticas concretas.

### Conferencias y workshops de profesionales

Estas charlas o conferencias pretenden acercar a los alumnos a las experiencias de algunos de los más destacados personajes del entorno Comunicación/Moda/ Marketing con el fin de conocer, de primera mano, ejemplos y casos de la realidad profesional para la cual el alumno se esta formando.

### Visitas

Ofrecen la posibilidad al alumno de ver in situ los diversos espacios en los que se desarrollan algunas de las actividades profesionales del sector como por ejemplo: Museo del traje, showroom, desfiles, redacciones de revistas...

### Viaje

Con el objetivo de afianzar y profundizar en los conocimientos teóricos aprendidos durante el curso se organiza un viaje durante el programa con fines prácticos.

### Proyecto Final

Parte imprescindible del programa para una completa formación. Realizado en colaboración con una empresa real, tutorizado por docentes y evaluado por un jurado.



## Programa del curso

El programa recoge un amplio contenido de temas y ejemplos donde el alumno tendrá la posibilidad de cubrir una visión amplia y profesional del sector.

### Área de comunicación

La labor del comunicador forma parte de un complejo entramado en el que interactúan otras disciplinas como el Marketing, la Publicidad o las Relaciones Públicas, es por ello que este módulo constituye un pilar fundamental del Master, ya que es necesario tener una visión amplia y completa del entorno para poder responder a unas necesidades específicas y profesionales. Por lo anteriormente expuesto el área de comunicación se divide en dos fases a lo largo del programa.

#### Introducción y posicionamiento

Este primer módulo contiene asignaturas que marcan las bases de conocimiento para un correcto desarrollo posterior y lo forman entre otras asignaturas como:

- **Fundamentos de la Comunicación.** Ofrece una panorámica general del concepto de comunicación empresarial, sus distintas formas, funcionamiento y herramientas en el contexto actual de interacción entre públicos y sectores.
- **Fundamentos del Marketing.** Acerca a los alumnos al pensamiento estratégico y dotarles de los conceptos básicos sobre los que se asientan los pilares del Marketing: cliente, posicionamiento y marketing mix.

- **Taller de redacción.** Fomenta la expresión escrita y aprender a redactar según la finalidad.
- **Simulador de agencia de Publicidad.** Conocimiento de la dinámica de agencia y la elaboración de una campaña de publicidad.

#### Desarrollo

En esta segunda fase el alumno que ya ha consolidado ciertos conocimientos está preparado para abordar en profundidad otros conceptos que verán, entre otras, en asignaturas como:

- **Plan de comunicación.** ¿Para qué sirve y cómo se elabora un plan de Comunicación?
- **El Plan de Marketing.** Stakeholders - Fashion Marketing Plan.
- **Conocimientos financieros.** Balance de situación. Control presupuestario.
- **Límites jurídicos.** Marca y patentes. Derechos de propiedad intelectual. Derechos de imagen...
- **Situaciones de crisis.** Como resolver y manejar desde un departamento de comunicación situaciones imprevistas o de riesgo.
- **Recursos Humanos.** CV profesional
- **Protocolo.** Proporciona las pautas básicas para trabajar las cualidades que definen un correcto comportamiento social.
- **Gestión y planificación de eventos.**

### Área Moda

Para desempeñar una labor concreta dentro de un contexto industrial o empresarial, es fundamental comprender la naturaleza del sector en cuestión, su esencia y los condicionantes que van trazando el rumbo de su evolución.

En este módulo se tratarán aspectos determinantes del sector de la Moda: su evolución histórica, su papel como catalizador de posición sociocultural, su impacto psicológico en la cultura de masas, las peculiaridades de su proceso de industrialización, el mercado en el que actúa, el momento presente y el futuro al que se dirige. Se prestará especial atención a las nuevas puertas abiertas hacia nuevos negocios y formatos empresariales y de comunicación. Podemos encontrar, entre otras, asignaturas como:

**Historia de la moda.** Breve recorrido por la historia de la moda del siglo XX.

**Sociología de la moda.** Muestra las herramientas propias de la Sociología para poder realizar un análisis exhaustivo del universo de la moda.

**Taller de tendencias e innovación.** Reflexiona sobre la utilidad de la creatividad e innovación y el contacto con la demanda del consumidor en el planteamiento de un proyecto profesional.

**Mercado de la moda.** Este conocimiento, básico para el entendimiento del mercado, nos

sorprenderá por su complejidad, sofisticación y su continua adaptación a los cambios globales de los hábitos de consumo.

**Industria de la moda.** Proporciona los conceptos y datos esenciales para entender las coordenadas de la industria contemporánea

**Demanda, entorno y competencia.** Conocer la importancia que tiene el estudio y conocimiento del “comportamiento y las necesidades del consumidor” a la hora de vender, así como su evolución. Descubrir las diferentes formas de responder a la demanda, creando un verdadero entorno competitivo.



Dirección Artística: Mónica Sordo  
Fotografía: Raffaella Gnecco  
Estilista: Alumnos Estilismo moda  
Modelo: Elena Uruatu  
Maquillaje y peluquería: Alicia Martínez

## Programa del curso

---

**E-commerce.** Da a conocer las posibilidades del medio online no como canal de venta de moda, sino de comunicación.

Este programa de asignaturas se complementa con conferencias y visitas específicas del entorno comunicación / moda.

### Programa transversal

El área transversal incorpora algunas asignaturas, talleres o conferencias compartidas entre dos o más programas. Estas experiencias favorecen el intercambio de ideas y conocimientos con el fin de proporcionar a los alumnos una visión complementaria de su formación. En este programa podemos destacar entre otros:

**Proyecto experimental.** Comunicación/moda. Familiariza a los alumnos con la metodología y los timings de un plan de comunicación y moda, transmitiéndoles la tensión habitual en estos proyectos y ayudándoles a desarrollar herramientas reales para afrontar los obstáculos propios del sector.

**Taller de estimulación a la creatividad.** Workshop de profesionales. Destinar 8 días del programa al encuentro con cada uno de los principales profesionales relacionados con este entorno: estilista, maquillador, fotógrafo, músico, director de arte...

### Programa de didáctica multidisciplinar

Todos los Programas de IED Master cuentan con una parte dedicada a actividades multidisciplinarias que están relacionadas de una manera directa o indirecta con el contenido del mismo. Estas actividades pertenecen a la agenda cultural de IED Madrid y son seleccionadas conjuntamente, en cada caso, por los responsables de la dirección y coordinación didáctica.

### Proyecto final

El proyecto final tiene como objetivo elaborar y presentar un trabajo como ejercicio integrador de las competencias, tanto específicas, como transversales, adquiridas durante el desarrollo del programa y favorecer el acercamiento de los alumnos al mundo laboral.

El alumno trabajará de forma autónoma durante el proceso de investigación y elaboración de su proyecto, contando paralelamente con tutorías específicas impartidas por profesionales y con otras asignaturas de apoyo al proyecto, como por ejemplo:

**Técnicas de presentación.** Donde se desarrollan las técnicas y habilidades necesarias que permitan realizar con éxito una presentación siendo capaz de controlar las situaciones de exposición y consiguiendo llegar a la audiencia.

**Programas informáticos para presentaciones.** Ofrece los conocimientos básicos de diversos programas para realizar una presentación visual de un proyecto de forma atractiva y sugerente.

## Dirección

---



### Enrique Loewe Lynch

En 1965 Enrique Loewe Lynch, se incorporó a la empresa como representante de la cuarta generación Loewe.

Actualmente, desde que en 1995 el grupo LVMH adquiriera Loewe, es el presidente honorario y compagina su puesto con la presidencia de la Fundación Loewe.

## Ex-Alumnos

---

Los alumnos que han realizado este Programa Master ha optado por diferentes salidas profesionales en función de sus intereses y oportunidades, podemos citar como ejemplo a:

### Josette Carbajal Espinosa

Comunicación y Moda año 2006/2007. Creadora y propietaria de la marca Cocolat by josette, especializada en ropa de baño. [www.cocolatwimwear.com](http://www.cocolatwimwear.com).

*“El Master me ayudó mucho a adquirir conocimientos imprescindibles de comunicación y marketing y a relacionarme con gente del mundo de la moda, gracias a lo cual puedo actualmente realizar la comunicación de mi propia marca, atacando los puntos clave para una buena comunicación estratégica de Cocolat”.*

## Docentes

---

Entre los muchos profesionales que participan en este Master podemos destacar entre otros a:

### **María Álvarez**

Directora agencia de comunicación Algobonito.

### **Rodrigo Abab**

Director División Corporativo Madrid. Weber Shandwick.

### **Isabel Berz**

Diseñadora. Directora Moda IED Madrid.

### **Laura Blanco**

Directora de Estrategia de MRM Worlwide Spain.

### **Blanca Corrales**

Brand Manager Khie's L'Oreal.

### **María García Crespo**

Directora Morillas Brand Design Madrid.

### **Roberto Enríquez**

Creativo Freelance Blog "con V de Vogue".

### **Ana Vázquez**

Responsable Patrimonio Cultural Loewe.

### **María Viñas**

Diseñadora, Ilustradora y Redactora de Moda.

### **Carlota García Abril**

Directora General de la Agencia Dos Folios y Medio.

### **Nerea García**

Gerente de Desarrollo de Acciona Logística.

### **Roberto Sigüero**

Maquillador Oficial de L'Oreal España.

### **Sergio del Puerto**

Director de Arte.

## Empresas

---



Todos los programas Master de IED Madrid cuentan con un apoyo real y con una estrecha colaboración de las empresas cercanas a cada sector de formación por ello podemos destacar entre otros a profesionales de empresas que han colaborado con este Master en anteriores ediciones como por ejemplo:

- Inditex
- Cortefiel
- Baruc Corazón
- Miguel Palacio
- Marián Rubio
- Fun & Basics
- Loewe
- Juicy Couture
- Gallery Madrid
- Museo Del Traje
- Malababa
- Mónica García



## Orientación profesional

---

El Departamento de **Orientación Profesional** es un servicio que ofrece el **IED Madrid** a sus alumnos con el fin de asesorarles y acercarles al sector empresarial de una manera personal y profesionalizada.

Los servicios que se ofrecen son útiles para aquellos que quieran realizar prácticas, busquen empleo o en general para los interesados en la exploración y definición de opciones de trabajo, estudio o proyección profesional tras la culminación de sus estudios.

Este Departamento ayuda a facilitar contactos, oportunidades y encuentros con empresas, partiendo de la base de que estas facilidades pretenden favorecer al alumno su inserción en el mundo laboral. Este servicio se verá potenciado en función de la actitud e iniciativas del propio alumno.

### ¿Cómo participar?

- Mandamos tu Currículum Vitae optimizado en formato Word o pdf. Pasarás a formar parte de nuestra base de datos y participarás en todos los procesos de selección acordes a tu perfil personal y profesional.
- Es aconsejable una carta de motivación donde manifiestes tus intereses y objetivos.
- Facilitamos la posibilidad de mantener una entrevista personalizada con cada alumno que esté interesado en este servicio, para orientarle, ayudarle a perfilar su CV y gestionar mejor su entrada en el mundo laboral. Siempre con cita previa.

### Funcionamiento

El IED realizará un seguimiento personalizado de los alumnos o exalumnos que han pasado por este departamento y de las empresas interesadas en el mismo, con el fin de conocer los resultados de los procesos de selección.



## Informaciones generales

---

### ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

Calle Larra, 14 - 28004 Madrid

Registro mercantil: Tomo 7617, Libro 0, Folio 201, Sección 8, Hoja nº M - 123199, inscripción 1ª

Director IED Madrid: Riccardo Marzullo

El IED imparte cursos trienales, master, de especialización y de verano en modalidad presencial. En todos los cursos el alumno obtiene una titulación privada otorgada por el IED. En todos los cursos el alumno obtiene una titulación privada otorgada por el IED que no conduce a la obtención de un título con valor oficial.

Para informaciones sobre duración de cada curso, fechas de inicio y finalización y número de horas lectivas, consultar los folletos de cada área que se encuentran a disposición de los alumnos en el centro.

El material necesario puede variar en función del curso elegido. El coste de este material correrá a cargo de cada alumno, teniendo en cuenta que el IED pone a disposición de los estudiantes los talleres informáticos, de moda y de diseño de producto.

Los cursos se imparten de lunes a viernes en la sede del IED y de forma ocasional la jornada del sábado. Los horarios pueden oscilar entre las 9:00 y las 23:00 horas. El número de plazas disponibles está limitado a 25-30 alumnos por grupo. El número mínimo de inscripciones para realizar el curso es de 15 alumnos. Las horas indicadas en cada programa incluyen horas lectivas, tutorías de proyecto, clases prácticas en laboratorios y visitas culturales, en función de cada curso.

IED Madrid ofrece el servicio de Bolsa de Empleo para los alumnos graduados, encontrándose a disposición de los mismos el modelo de convenio en prácticas y la lista de empresas.

El periodo de inscripción para el siguiente curso académico se abre en noviembre del año anterior y se cierra una vez cubiertas las plazas disponibles. La reserva de plaza se formalizará previo pago de la tasa de inscripción.

El IED reconoce el derecho de desestimiento del alumno en determinados casos. Esta información, así como la que describe las causas, formalidades y consecuencias de la resolución del contrato, está recogida en el reglamento general, que se encuentra a disposición del público en las oficinas del Servicio de Información y Orientación al estudiante y de Administración.

El IED organiza anualmente un concurso para la obtención de una beca que puede cubrir el importe de la tasa de curso durante los tres años que dura el mismo. Dicha beca tendrá que ser renovada cada año con el cumplimiento de la normativa, que se encuentra a disposición del público en las oficinas del Servicio de Información y Orientación al estudiante y de Administración.

### PRECIO

El precio total del curso es la suma del importe de la matrícula y de la tasa de curso, descritos en la página nº2 de este documento. Es posible realizar el pago de la tasa de curso de manera fraccionada hasta en 12 meses mediante financiación bancaria.

Para los cursos monográficos el precio indicado en la página nº2 es el coste total del curso, y para la inscripción en el mismo se ha de realizar un único pago por valor de dicho importe.

### PAGO DE LA TASA DE MATRÍCULA

INGRESO EN CUENTA Y ENVÍO DEL RECIBO BANCARIO POR FAX 91 1892402 O POR E-MAIL info@madrid.ied.es ESPECIFICANDO EL NOMBRE DEL ALUMNO

#### Pagos desde España

Banco Popular Español  
c/ Génova, 20 - 28004 Madrid  
Istituto Europeo di Design  
Número de Cuenta: 0075-0322-81-0600446618

#### Pagos desde el extranjero

Banco Popular Español  
c/ Génova, 20 - 28004 Madrid - España  
Istituto Europeo di Design  
Código swift: POPUESMM  
Código IBAN: ES65 0075-0322-81-0600446618

#### En efectivo

TALÓN NOMINATIVO CONFORMADO A NOMBRE DE INSTITUTO EUROPEO DI DESIGN S.L.  
TARJETA DE CRÉDITO (VISA, MASTERCARD)

### PAGO DE LA TASA DE CURSO

Un único pago del total de la tasa de curso (mediante uno de los sistemas de pago de la matrícula), pagadero un mes antes del inicio del curso. Pago fraccionado mediante la posibilidad de financiar la tasa del curso a través de una entidad financiera tramitado un mes antes del inicio del curso tal y como se explica en el folleto informativo que se encuentra a disposición de los alumnos en los despachos del SIO y en el de Administración.



**IED Master**

Larra 14

28004 Madrid

Tel. +34 91 448 04 44

---

**IED Madrid Palacio de Altamira**

Flor Alta 8

28004 Madrid

Tel. +34 91 448 04 44

---

**[iedmadrid.com](http://iedmadrid.com)**