



IED

Master
Comunicación
Madrid



Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad

Master Profesional 400h

6ª edición: 14 de octubre de 2010

Finalización: Junio de 2011

Horario: De 19.00 a 22.30 h



Master Profesional 400h

Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad

Dirección del curso: Juana Farfán y Patricia Corredor.

Coordinación área: Hada Martínez Torregrosa.

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 combinado con algún viernes.

Dirigido a: Licenciados y Diplomados en Comunicación, Marketing, Publicidad o Diseño y/o Profesionales que quieran especializarse en alguna de las tres áreas del Master. Se reservarán sólo algunas plazas a alumnos sin experiencia ni formación en las temáticas que comprende el programa.

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

Más información sobre becas y sesiones informativas:
iedmadrid.com

Cursos relacionados:
Curso Postgrado Integral Executive en Planificación Estratégica

Curso Postgrado Executive en Branding Digital

Curso Postgrado Executive en Innovación, Creatividad y Cultura Empresarial: un Nuevo Enfoque Multidisciplinar

Curso de Verano en Patrocinios y Eventos, Herramientas Estratégicas



Sede Palacio de Altamira

IED Madrid



Desde hace cuarenta años el **Istituto Europeo di Design** opera en el campo de la investigación y la formación en las disciplinas de la moda, el diseño, las artes visuales y la comunicación.

IED es hoy un network internacional en continua expansión con sedes en **Italia** (Milán, Roma, Turín, Florencia, Venecia y Cagliari), **España** (Madrid y Barcelona), y **Brasil** (São Paulo). El principal interés del IED es convertirse en un referente global de calidad en la formación y la divulgación del diseño y la cultura a nivel internacional.

IED Madrid nació en 1994 como institución privada de formación dedicada al Diseño en todas sus facetas: **Moda, Diseño Gráfico, Motion Graphics y Animación 3D, Interiores, Industrial, Publicidad y Marketing**. Hoy cuenta con dos sedes en pleno centro de la ciudad que albergan 1.400 alumnos: el edificio Modernista de la calle Larra nº 14 es IED Master y el Palacio de Altamira, del s. XVIII en la Calle Flor Alta nº 8, alberga los cursos trienales. Ambas sedes están abiertas a la ciudad, la biblioteca es pública y se planifica un

intenso programa cultural anual de difusión del diseño, de libre acceso al público interesado.

Gracias a la relación constante que mantiene con el mundo empresarial, todos los cursos cuentan con el apoyo de 200 empresas e instituciones entre las que destacan: **Ayuntamiento de Madrid, Comunidad de Madrid, Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño (DDI), Apple, Vitra, Iguzzini, Caimi, Loewe, Fiat, Missoni, Canal+, SCPF, Missoni, Philips y Visa**. IED apoya la continuidad profesional de los alumnos mediante el departamento Orientación Profesional, que gestiona prácticas con empresas, becas y colaboraciones con estudios de diseño y comunicación.

Además de una escuela internacional de formación, IED Madrid es una **institución cultural de divulgación del diseño y de sus conexiones con otras disciplinas como la arquitectura, el arte, la danza, el cine y la música**. Se organizan exposiciones, conferencias y actos relacionados con la visión del futuro mediante la innovación y la experimentación.



Sede IED Master Madrid Calle Larra 14

IED Master

La didáctica del **IED Master** se desarrolla principalmente en la sede de la **calle Larra** y también en el **Palacio de Altamira**, en la calle de la Flor Alta. Las dos sedes del Instituto Europeo de Design de Madrid conjugan a la perfección su carácter histórico con la innovación y la alta tecnología con el fin de **ofrecer a los estudiantes instalaciones, espacios y servicios únicos en la enseñanza del diseño y la comunicación**. Las aulas, especialmente diseñadas para las diferentes especialidades de nuestros cursos, disponen de todos los elementos necesarios para poner en práctica los conocimientos adquiridos.

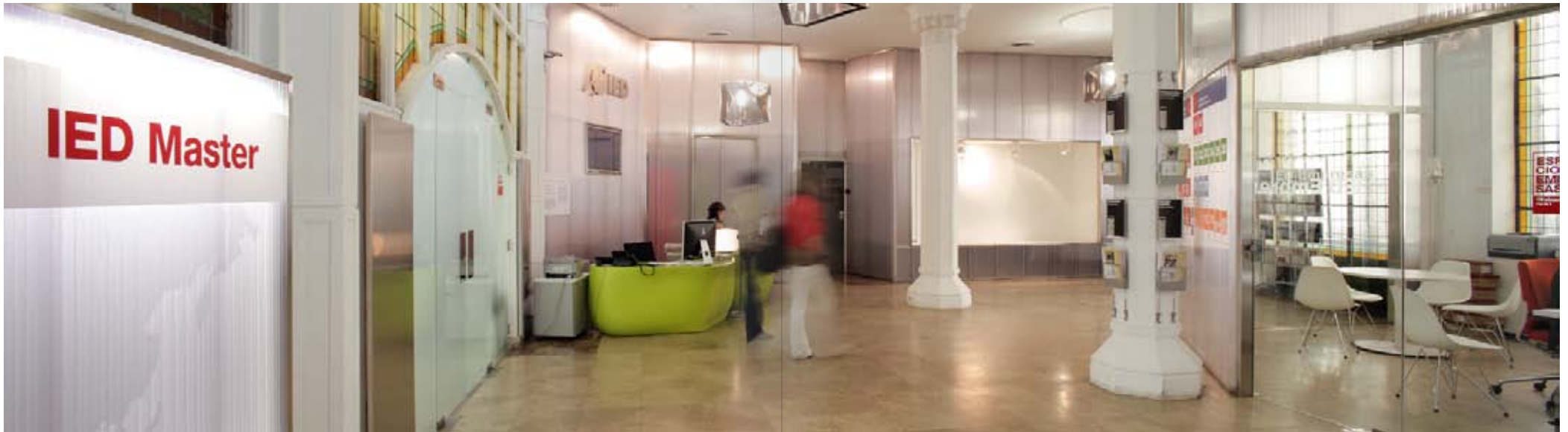
Ambos edificios cuentan con Wifi, laboratorios multimedia, aulas específicas para diseño en 3D, una granja de rendering, talleres de moda con máquinas de coser, tejedoras, maniqués, planchas, laboratorios de serigrafía y de modelística para realizar maquetas y prototipos. El plató fotográfico, de más de cien metros cuadrados, dispone del material necesario para que los alumnos documenten sus propuestas de diseño, realicen sesiones fotográficas profesionales y experimenten libremente con un sofisticado equipo. La biblioteca pone a disposición de los alumnos documentación especializada, de libre acceso y consulta, es un referente

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.

para profesionales e investigadores. En la planta baja del edificio de la calle Larra, destacan el espacio empresas y el aula magna. En el primero se promueven las **colaboraciones entre IED y empresas e instituciones, impulsando la orientación profesional de nuestros alumnos**. En la segunda, el espacio más representativo de la sede, se celebran los actos de mayor relevancia didáctica (clases magistrales, charlas, mesas redondas, talleres, presentaciones de tesis y proyectos de final de curso), eventos y exposiciones.





Vivimos en una sociedad mediática, en un *media climate* capaz de **influir y transformar el comportamiento individual y colectivo**.

A través de los medios de comunicación, el mundo de la educación tiene la posibilidad de encontrarse, frente a frente, con un contexto social tan cambiante como el actual. Esto obliga a las instituciones dedicadas a este ámbito a adaptarse a una realidad en continua evolución, teniendo presente una reflexión, planificación y diseño que debe ser flexible y estar en constante revisión.

Esta realidad es la que debe llevar a los alumnos, **guiados por profesionales competentes**, a comprender mejor la sociedad, descubrir sus diferentes formas y manifestaciones, y descubrir cómo pueden contribuir a ella.

Las Instituciones dedicadas a la enseñanza, como el IED, tenemos un compromiso psicopedagógico con los estudiantes y la sociedad, ya que intervenimos, con un alto grado de responsabilidad, en formar, de modo integral, al individuo, estimulando sus capacidades, desarrollando el pensamiento, acercándoles a la observación, la creación, la selección de información y la experimentación en nuevas áreas.

En un entorno cada vez más competitivo y complejo, tratamos de desvelar las claves de la industria de la comunicación a través de una **formación actualizada y profe-**

sional. Por ello para nosotros, “educar en comunicación”, gira principalmente en torno a tres *guide lines*:

- **Descentralizar** (el saber se sale de los libros y de la escuela)
- **Deslocalizar** (difuminación entre las fronteras de las disciplinas del saber académico y otros, que ni proceden de la academia ni se imparten en ella de manera exclusiva)
- **Destemporalizar** (el aprendizaje se ha desligado de la edad para entenderse como continuo)

A ningún profesional del ámbito comunicación/ marketing /publicidad le resulta ajeno el hecho de que las nuevas tecnologías hayan influido, notablemente, en la forma y en los tiempos de ejecución, por lo que procesos formativos del reciclaje profesional y de la formación continua resultan imprescindibles para romper barreras y marcar nuevos retos profesionales.

Todo ello nos lleva a emplear en **IED Master** una metodología basada en la transversalidad entre disciplinas y un cuerpo docente compuesto por profesionales en activo de alto nivel, lo cual proporciona a los alumnos una experiencia estimulante y enriquecedora para su posterior proyección profesional.

En **IED Master Comunicación** vamos un paso más allá en los cursos de postgrado,



enriquecemos los programas con más de 200 docentes, conferencias y exposiciones de personajes de renombre en los campos del diseño y la comunicación, independientemente del ámbito, medio o cultura de la que procedan, contribuyendo a la riqueza de competencias cada vez más vastas en la mediación entre perfiles, culturas e idiomas diversos.

Estas necesidades las tomamos como nuevos desafíos que obligan a una Escuela de Comunicación como la nuestra a ofrecer una amplia posibilidad de recursos y experiencias sobre la base de **proyectos reales con el apoyo de las empresas del múltiples ámbitos**.

En resumen, creemos en una formación basada en un pensamiento crítico individual, que fomente la personalidad de cada uno de nuestros alumnos, con el fin de que se enfrenten a la realidad profesional con seguridad y conocimiento del medio.

Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad

El **Master en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad** desvela las claves de la gestión óptima de la comunicación y abre al alumno las puertas de un entorno de alto nivel profesional, a través de la formación teórica y el desarrollo de las habilidades prácticas necesarias para asumir la máxima responsabilidad en la dirección, planificación, ejecución y evaluación de la actividades comunicativas y publicitarias en el seno de las empresas anunciantes o de las agencias proveedoras de servicios a la comunicación empresarial e institucional.

Establecer el posicionamiento correcto para cada producto o servicio; gestionar las marcas de forma adecuada; idear, crear y planificar las campañas publicitarias innovadoras y eficaces: desde la redacción del briefing hasta el arte final, desde el establecimiento de los objetivos y la determinación del presupuesto hasta la valoración de los resultados, son aspectos que están presentes con gran protagonismo en el Master en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad.

Durante un año (400 horas), el Master propone **un programa didáctico que aúna la formación teórica con el desarrollo de las capacidades creativas y la implementación práctica**, con especial atención a las posibilidades comunicativas que ofrecen las nuevas tecnologías, talleres de trabajo o encuentros con profesionales destacados del mundo de la publicidad, la comunicación y el marketing, ofreciendo

al alumno una visión global y actualizada de las actividades profesionales nacionales e internacionales que marcan las tendencias de la comunicación actual.

A partir del escenario económico y cultural de la realidad contemporánea, el Master en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad focaliza la atención en los aspectos estratégicos de la comunicación, en los instrumentos del marketing y en el conocimiento de las herramientas publicitarias y se facilitan los instrumentos creativos y organizativos del marketing y de *management* indispensables para identificar al consumidor, definir el producto, elaborar estrategias, fijar los medios para elaborar una campaña de comunicación integral.



Clase de Planificación Estratégica con Raquel Espantaleón



Clase de Técnicas de Hablar en Público en el plató de la sede de IED Master

Hoy, el marketing, la comunicación y la publicidad no se conciben como funciones unidas sólo a la venta, van entendidas en un escenario más amplio, que tenga en cuenta de un lado al público de los potenciales clientes, del otro el contexto social y económico en el cual la empresa actúa y respecto al cual debe definir su propio posicionamiento.

Para responder de manera satisfactoria a las exigencias del mercado y a las expectativas de los destinatarios, el Master tiene como objetivo que el alumno afronte las áreas de comunicación, marketing y publicidad en paralelo los dos puntos de vista profesionales, el de la empresa por un lado y el de la agencia por otro, con la finalidad de mostrar los puntos de unión, las sinergias y las dinámicas de interacción.



Imagen de Laura Muñoz, Marcos Torres y Marta Viturro para el proyecto de Aymerich de la edición 2009 del Master.

Este 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 del sector.

Por ello sus principales objetivos entre otros son:

- Dotar al alumno de una formación integral en las diferentes áreas de la comunicación empresarial e institucional, del marketing y sus disciplinas.
- Transmitir una visión proactiva de dirección de comunicación en la gestión estratégica de la imagen positiva de las empresas e instituciones.
- Proporcionar herramientas que desarrollen las habilidades del alumno a la hora de generar metodologías, procedimientos de actuación y toma de decisiones en materia de comunicación.
- Desarrollar el pensamiento estratégico, el conocimiento de los nuevos canales, el análisis de los fenómenos sociales y el eclecticismo, pilares de la formación de los futuros profesionales del marketing y la comunicación.



Exposición Missoni IED Madrid

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

Área: COMUNICACIÓN

- Departamento de comunicación de empresas e instituciones
- Consultoras de Comunicación y Relaciones Públicas
- Director de comunicación
- Jefe de gabinete de prensa
- Jefe de comunicación interna
- Centrales de medios

Área: MARKETING

- Empresas anunciantes
- Institutos de investigación
- Agencias especializadas: Mkt relacional, promocional, interactivo, patrocinio...
- Jefe de producto (Product Manager)

Área: PUBLICIDAD

- Agencias de publicidad
- Director de publicidad
- Director creativo
- Director de Arte
- Redactor o Copy
- Director de cuentas

Muchos de nuestros alumnos han emprendido con éxito su carrera profesional tras finalizar nuestros cursos, optando por diferentes salidas profesionales en función de sus intereses y oportunidades. Citamos como ejemplos a:

Pilar Aranda Bada (2008-2009)

Pilar ha participado en la campaña de dormitorios **IKEA 2010**: catálogo IKEA 2010, folletos, la revista Family Live, el primer catálogo íntegramente online interactivo en la historia de IKEA: www.ikeabusinessbrochure.it, y la red social para empresas business.ikea.com

Itziar Yagüe (2007-2008)

Itziar se unió a la División Corporativa & Crisis de **Edelman** en 2009 y trabaja para **Burger King, Starbucks y Rastreator.com**. Ejerce funciones de creación de materiales de prensa, contactos con medios y planificación y desarrollo de estrategias. Además, coordina la división de Investigación de Edelman, en colaboración con el director de Tecnología e Investigación, participando en estudios para clientes como AstraZeneca, Dove o ISDIN.



Alumna durante una clase teórica

El Master en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad cuenta con una metodología didáctica específica y otra de carácter multidisciplinar común a las 4 escuelas de IED Master; moda, comunicación, artes visuales y design.

Esta última parte comprende actividades como: conferencias, mesas redondas, clases magistrales, talleres... De esta manera el alumno fomentará 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 el Master presenta el siguiente la siguiente metodología:

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. El alumno deberá resolver problemas de comunicación proponiendo soluciones en base a una toma de decisiones que tiene su paraguas en la planificación estratégica.

Conferencias y workshops de profesionales.

Estas charlas o conferencias pretenden acercar a los alumnos a las experiencias de algunos de los más destacados personajes



Conferencia de Francisco Jarauta, Carlos Barrabés, Jaime Hayon, Toni Segarra

del entorno Comunicación/Publicidad/Marketing con el fin de conocer, de primera mano, ejemplos y casos de la realidad profesional para la cual el alumno se está formando. Carácter eminentemente práctico con desarrollos de casuísticas reales

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

Proyecto Final.

Parte imprescindible del programa para una completa formación. Este proyecto se realiza en colaboración con una empresa real, está tutorizado por docentes y es evaluado por un jurado.

Didáctica de Orientación Profesional.

Dentro de los servicios que ofrece el IED Madrid a sus alumnos se encuentra el

departamento de Orientación Profesional, el cual gestiona el contacto con empresas y la inserción de los alumnos en el mercado laboral. Este departamento cuenta con un área didáctica, incluida en todas las escuelas, con el fin de ofrecer contenidos sobre RR.HH., Coaching, Técnicas para hablar en público etc... que completan una formación integral.

A través de esta metodología didáctica innovadora, diversificada y transversal con el resto de las disciplinas impartidas en el IED, el Master en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad forma profesionales polivalentes, capaces de desarrollar los aspectos estratégicos, creativos y artísticos de la comunicación, integrando las posibilidades y recursos que ofrecen las nuevas tecnologías.

Programa

El contenido del Máster en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad está organizado en torno a cinco grandes áreas de contenido:

- **Comunicación**
- **Marketing**
- **Publicidad**
- **Habilidades comunicacionales**
- **Área transversal**

I. Comunicación.

- La comunicación empresarial e institucional
- Imagen corporativa
- La marca
- Comunicación corporativa: el plan de comunicación
- La figura del director de comunicación
- Las agencias de comunicación y RR.PP.
- Grupos de comunicación
- Gabinetes de prensa
- Comunicación interna
- Patrocinio, esponsorización y mecenazgo
- Organización de eventos
- Protocolo
- Marketing político
- El lobby

II. Marketing.

- Fundamentos del marketing
- ¿Qué es y para qué sirve el marketing?
- Métodos y técnicas de investigación
- Investigación de mercados
- Producto
- Precio
- Distribución
- Plan de marketing. Lanzamiento de nuevos productos.

III. Publicidad.

- Concepto y naturaleza de la publicidad
- Mercado publicitario
- Planificación estratégica
- Diseño publicitario
- Campañas exitosas
- Campañas internacionales

IV. Habilidades Comunicacionales.

- Técnicas de presentación
- Formación de portavoces.

V. Área Transversal.

- Recursos humanos
- Coaching
- Herramientas informáticas
- Workshop creativo
- Conferencias de Personalidades de renombre de todos los campos del diseño y la comunicación de todo el mundo.



Juana Farfán

Directora de IED Comunicación y Co-directora del Máster en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad del Instituto Europeo di Design (IED). Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid y tiene un Máster en Gestión Publicitaria y Máster en comunicación Financiera. Antes de su incorporación a IED, Juana trabajó en la industria de la moda en el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid, Kaptaz, agencia especializada en patrocinios y eventos, JWT como Planificadora Estratégica y en Kantya y Delvico como consultora de marca. En el área académica, ha sido profesora del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Rey Juan Carlos, UEM, CEES y Escuela de Negocios CESMA, entre otras instituciones educativas. Es ponente habitual en cursos de postgrado.



Patricia Corredor Lanas

Co-directora del Master en Dirección y Gestión de Comunicación, Marketing y Publicidad del Instituto Europeo di Design (IED). Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y profesora titular de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) desde 2000. En el área profesional, desde 1992 ha trabajado como consultora en comunicación y periodista especializada para el semanario de marketing y publicidad ANUNCIOS como directora de contenidos de la edición digital, redactora jefe de Interactiv@, revista de comunicación digital y redactora de la revista MK Marketing + Ventas. En el área académica, ha sido profesora del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense (UCM), Universidades Pontificia de Comillas ICADE, Universidad Pontificia de Salamanca, Escuela Superior de Marketing ESIC y Escuela de Negocios CESMA. Es ponente habitual en formación de postgrado y directora de diferentes actividades académicas.

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

Adelaida Valero

Planificadora Estratégica grupo EÑE.

Alberto Martínez

Marketing and Communications Manager of Clarks Spain.

Alfonso González Herrero

Director comunicación IBM SPGI.

Ana Herrero

Directora de Cuentas de Edelman.

Ana Martín Cleto

Directa de Cuentas Bassat Ogilvy Comunicación.

Julián Sacristán

Director de consultoría WFM y Director de Cuentas de Planilandia.

Cristina Camino

Consultora Futurebrand.

David Torrejón

Editor revista ANUNCIOS.

Emilio Lliteras

Brand Manager Kraft Foods.

Javier Esparza

Socio Director de Freemarket.

Javier Ríos de la Morena

Director de Cuentas AON Gil y Carvajal.

Jordi Ballera

Director General Edelman.

Jorge Brillembourg

Diseñador de Futurebrand.

Manuel de Luque

Director General de la revista ANUNCIOS.

Mario Caballero

Periodista de La Sexta.

Paloma Hoyuela

Directora de Investigación de CICM/MEDIALAB.

Rafa Fortis

Socio Director Creativo de El hombre con dos cerebros.

Raquel Espantaleon

Directora de Consultoría Futurebrand.

Verónica Barranco

Senior account manager Edelman.

Vicente de Pablo

Socio Director de Makemyday.



Alumnos del master durante la presentación de un proyecto de Consultoría en el Aula Magna de IED Master

Empresas



Conferencia de Kukuxumusu

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:

- Aon Gil y Carvajal
- Kraft
- Rolex
- Niepper
- El hombre con dos cerebros
- Thebigpic
- Grupo EÑE
- Edelman
- Futurebrand
- Grupo Bassat
- Publicis
- Clarks
- Anuncios



Departamento IED Empresas

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?

- Mandarnos 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.

Estudiar en Madrid

Madrid es el “campus” de IED Master. Una ciudad dinámica, accesible, sostenible y basada en un modelo cultural de vanguardia.

IED Master cuenta con un “campus” único: toda la ciudad de Madrid. Gracias a su localización en pleno centro urbano, y a los acuerdos de colaboración establecidos con las instituciones, como el Ayuntamiento de Madrid, los alumnos y colaboradores de IED cuentan con acceso privilegiado a los grandes centros públicos de la cultura, las artes y la educación. La Biblioteca Nacional será tu biblioteca, la Casa Encendida tu entorno alternativo, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y el Museo del Prado tus espacios expositivos...

Vivir en Madrid es también participar en un intenso y variado ambiente estudiantil. La ciudad cuenta con una rica oferta educativa (siete universidades públicas, ocho universidades privadas) además de centros de investigación, cursos de verano, foros, seminarios, cursos de especialización...

La oferta cultural de Madrid, la calidad y cantidad de sus museos, centros culturales, teatros, auditorios y cines, hacen de ella un foco cultural muy activo, que acoge dos de los dos mayores eventos culturales del año en España: ARCO y PHotoEspaña. Dinámica, multicultural, hospitalaria y tolerante, su carácter de ciudad abierta potencia su

imagen como intercambiador de ideas y culturas, y favorece un ambiente acogedor, que aúna educación, cultura y diversión.

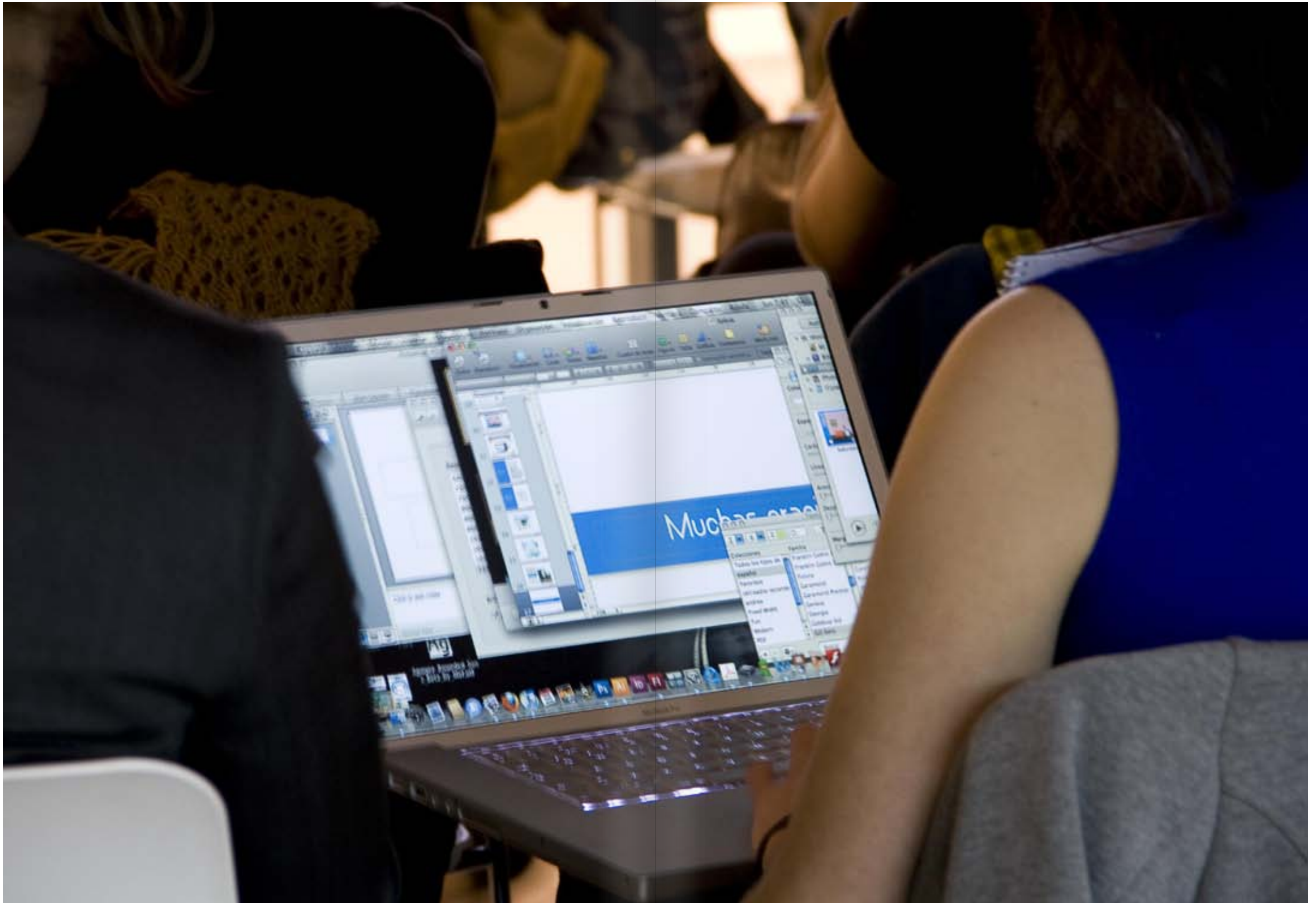
Como centro económico y financiero, sede de las principales instituciones y empresas nacionales e internacionales, en el día a día madrileño coinciden profesionales de todos los sectores, por lo que se generan continuamente nuevas oportunidades profesionales. Es además un importante

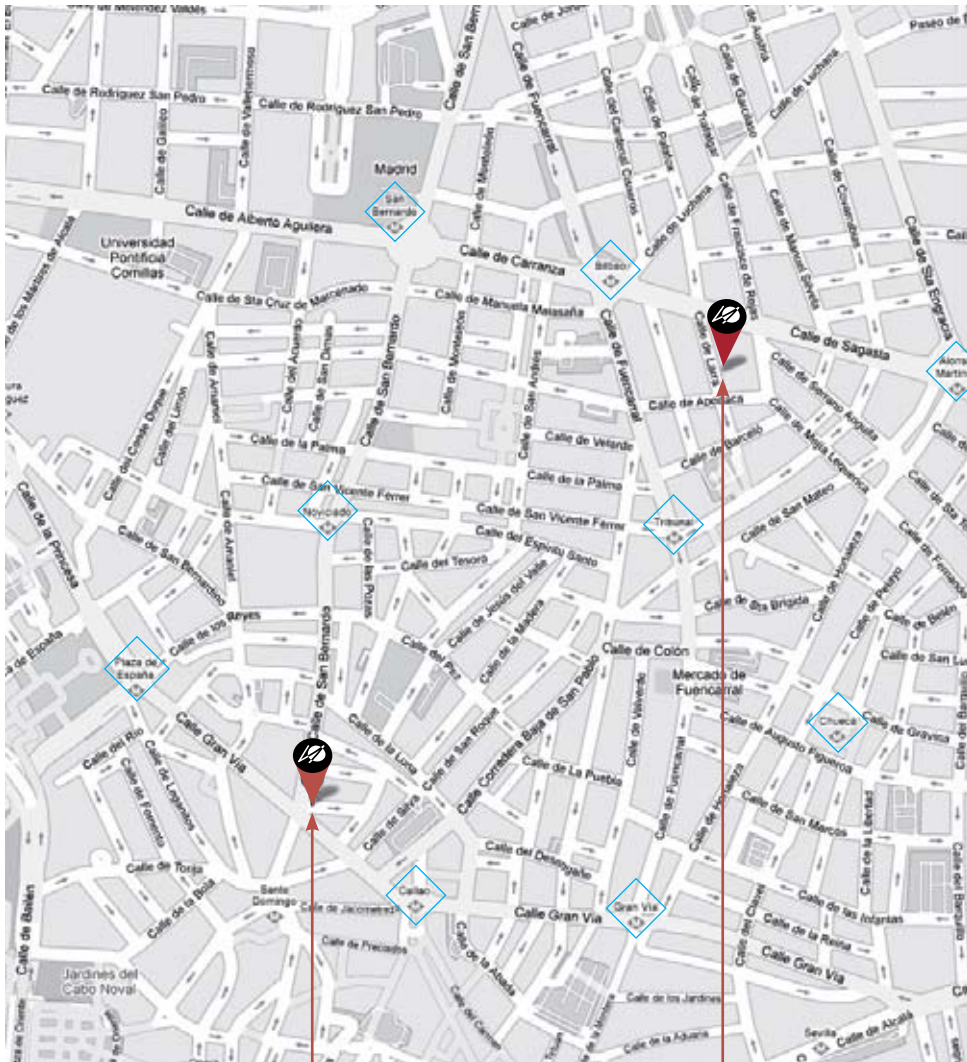


enlace entre Europa e Iberoamérica, el Norte de África y Oriente Medio, gracias a su pasado histórico y a su privilegiada posición geoestratégica.

Su situación geográfica, sus infraestructuras y su capital humano, junto a la calidad de vida y su proyección de futuro, hacen que Madrid sea una de las ciudades más atractivas para vivir, trabajar o estudiar.







IED Madrid

Palacio de Altamira
Flor Alta, 8
28004 Madrid
Tel. +34 91 448 04 44

IED Master

Larra 14
28004 Madrid
Tel. +34 91 448 04 44

Informaciones generales

INSTITUTO 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 desistimiento 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
Instituto Europeo di Design
Número de Cuenta: 0075-0322-81-0600446618

Pagos desde el extranjero

Banco Popular Español
c/ Génova, 20 - 28004 Madrid - España
Instituto 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.



Torino
Barcelona
Madrid
Cagliari

Venezia
Milano
Firenze
Roma

São Paulo

International Design Network

Milano, Roma, Torino, Venezia, Firenze, Cagliari, **Madrid**, Barcelona, São Paulo

IED Madrid

Palacio de Altamira

Flor Alta 8, 28004. Madrid

Tel.: +34 914 480 444

 info.iedmadrid


info@madrid.ied.es

iedmadrid.com

IED Master

Larra 14, 28004. Madrid

Tel.: +34 914 480 444

 master.iedmadrid

info@madrid.ied.es

iedmadrid.com

iedmadrid.com