

EAE Business School amplía su oferta con un Máster de Comunicación y RSC

El plan de estudios del máster se desarrolla conjuntamente con el Consejo Asesor del área de Marketing y Comunicación de empresas como Unilever, Sony Mango, Nielsen, entre otras

EAE Business School incorpora a su oferta un Máster en Comunicación y Responsabilidad Social Corporativa para el próximo curso 2018-2019 y que arrancará en octubre de 2018. El objetivo del máster es formar directivos y profesionales que faciliten la integración de las personas en las organizaciones y de estas en la sociedad con el impulso de una gestión socialmente responsable, sostenible y transparente. Es un máster para la formación de agentes de desarrollo profesional que promuevan el crecimiento y la competitividad empresarial desde la innovación, la calidad, la cooperación, la excelencia operativa y la gestión socialmente responsable.

La directora del programa es Mencía de Garcillán, licenciada y doctora en Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto y directora de marketing de los Laboratorios Esseka. Además dirige la Célula de la Solidaridad en MESÍAS (Marca España Sistema de Inteligencias Aplicada). De Garcillán también ha publicado varios artículos sobre marketing y cosmética.

El máster dará las herramientas necesarias para liderar equipos y proyectos de comunicación corporativa y RSC, asumir responsabilidades y tomar las decisiones acertadas. Durante su desarrollo, se diseñarán e implantarán estrategias de comunicación y responsabilidad social corporativas consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno y que se adapten a la estrategia empresarial.

Por otro lado, se potenciará la capacidad de análisis social para elaborar diagnósticos de las organizaciones con el fin de establecer planes y alternativas coherentes y seleccionar y aplicar correctamente modelos, técnicas, herramientas, métodos específicos de la gestión de la reputación, la comunicación corporativa y la RSE. Además, se fomentará el trabajo con equipos multidisciplinares y multiculturales para poder desempeñar distintos roles en tareas grupales.

PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios del máster se desarrolla conjuntamente con el Consejo Asesor del área de Marketing y Comunicación, formado por 23 profesionales de empresas como Unilever, Sony, Mango, Nielsen, Nissan, OgilvyOne, Heineken, Endesa, BP, La Caixa o Dockers, entre otras. Éste se estructura en siete grandes bloques: gestión y marketing responsables, imagen, identidad y cultura corporativa; gestión integrada de la comunicación corporativa; gestión y comunicación de la RSC; diplomacia corporativa; prácticas externas; minors y el TFM.

El Trabajo Final de Máster consiste en la realización de un plan de comunicación en el último periodo del programa. Gracias a ello, el alumno aprende a desarrollar una campaña de comunicación

corporativa integral y viable, o a abordar soluciones de comunicación en situaciones reales de crisis.

Un valor añadido es que EAE es miembro de las principales asociaciones de comunicación de España, entre las que se encuentran: DIRCOM, ADECEC, CORPORATE EXCELLENCE, AM y AEA. Gracias a estos acuerdos, los participantes del programa disfrutaron de los beneficios que ofrecen.

Algunas de las salidas profesionales del máster son las de director o responsable de comunicación corporativa, técnico o responsable de marketing corporativo, responsable de imagen corporativa, marca y branding, director de relaciones públicas, coordinador de relaciones institucionales, responsable de relaciones con los medios de comunicación, consultor de RSC o auditor de entidades de certificación especializado en evaluación de imagen, reputación de marca y RSC y gestor de proyectos de innovación social.

Datos de contacto:

Montserrat Bros

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación Marketing](#) [Cataluña](#) [Universidades](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>