

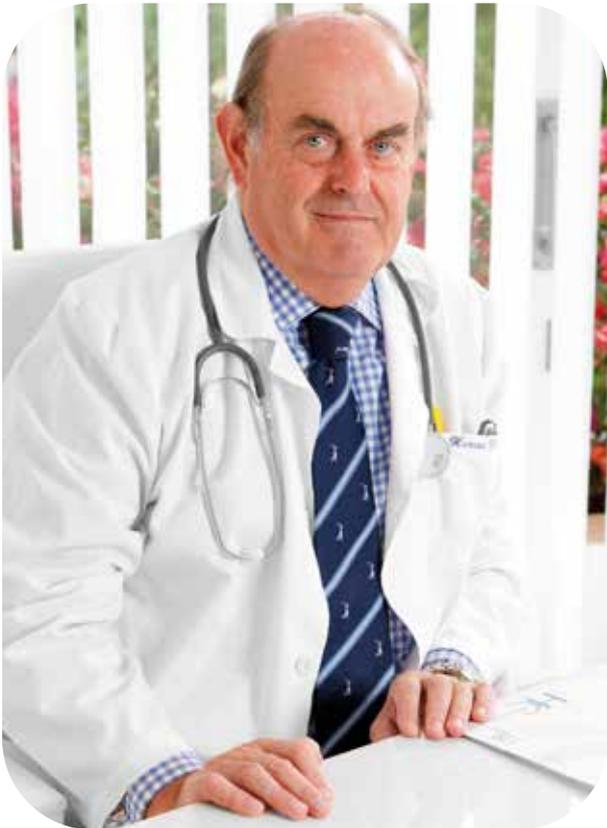
COM SALUD

Máster en Comunicación y Marketing Digital en Salud

2ª Edición



01.



Presentación

“La comunicación es un elemento esencial en todo ámbito, y la salud no es ajena a ello. Todos sabemos que si no te conocen no existes. La rapidez con la que se difunden las ideas, el progreso y los avances de la sociedad del conocimiento, encuentran en internet su principal aliado y en las redes sociales un medio imprescindible. La inmediatez en la comunicación, el contacto personal y la facilidad de su uso, hacen de las redes sociales un elemento fundamental para formar parte de la realidad en la que nos movemos, proporcionándonos un feedback inmejorable para saber dónde estamos, cómo nos ven, y con qué opciones contamos. De ahí que el comunicador de la salud necesite dominar las técnicas actuales para acercar las soluciones a los problemas ahondando en su imprescindible labor social. Dar la espalda al futuro no tiene sentido y mucho menos en esta área donde, de habernos quedado anclados en el pasado, no quiero siquiera imaginar dónde estaríamos”.

Dr. Hernán Cortés-Funes, Jefe de Servicio de Oncología, Médica del Hospital Universitario 12 de Octubre. Director del Área de Salud de la Fundación LAFER.



02.

¿Por qué este Máster?

En la segunda edición del Máster Comsalud 2.0 obtendrás los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para comprender y optimizar los mecanismos de la comunicación digital y aprenderás a aplicarlos a este sector.

La digitalización de nuestra sociedad es una realidad. Cada vez realizamos más consultas e interacciones online. Tenemos cuentas de correo electrónico, perfiles en redes sociales y profesionales, contratamos servicios ¡Somos digitales!

La mayoría de las compañías tienen una identidad online, con una sólida presencia web a nivel institucional que se extiende desde su sitio corporativo hasta las redes sociales y aplicaciones móviles. Muchas desarrollan estrategias de social media a nivel institucional y otras ofrecen portales específicos dirigidos a profesionales sanitarios o al público en general. La e-Salud es ya una realidad, y la cuestión ya no es si estar o no en la red, sino cómo aprovechar al máximo su potencial.

La clave es ser capaces de proporcionar información. Llegar al consumidor real y/o potencial con el contenido más acertado en el formato más adecuado, interactuar con nuestros grupos de interés y promocionar nuestros productos o servicios en un entorno online de un modo que resulte tan efectivo como un encuentro en persona.

Tanto el mundo de la comunicación y del marketing como el sector de la salud, del bienestar y de la calidad de vida, necesitan cada vez más profesionales preparados para la transformación digital.

En la segunda edición del Máster Comsalud 2.0 obtendrás los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para comprender y optimizar los mecanismos de la comunicación digital y aprenderás a aplicarlos a este sector.

Esta es la llave para iniciar o mejorar tu carrera en este sector. No la dejes escapar y diferénciate con el Máster Comsalud 2.0.



03.

Características del Programa

Único: combina la enseñanza de los fundamentos de la comunicación y del marketing 2.0 con su aplicación al sector Salud.

Un impacto inmediato y duradero en tu carrera profesional: el profesorado de expertos en “Digital” como en “Salud”, la participación de alumnos de varios horizontes te proporcionaran oportunidades profesionales y de hacer contactos te ayudaran a replantear tus opciones profesionales.

Networking: proporciona una oportunidad única de pertenecer a una comunidad que reúne a los expertos en comunicación digital 2.0 y a los profesionales que son o están llamados a ser los referentes de la comunicación en salud 2.0.

Estratégico: Proporciona las claves para que el alumno entienda y defina una estrategia de comunicación 2.0 alineada con la estrategia de la organización, potenciando la comunicación ya existente y ayudando a las diferentes áreas de gestión a aprovechar oportunidades y minimizar riesgos.

Actual: Conectado con la realidad más actual: Social Media en entornos de salud, gamificación, digitalización del comercio tradicional, legislación en comunicación 2.0 vigente, e-health, mobile health, etc.

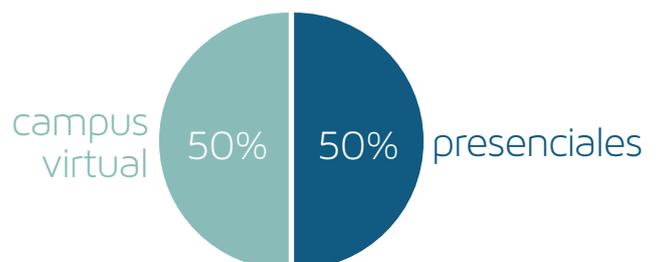
Una metodología Interactiva: para facilitar el aprendizaje y que combina:

- Sesiones impartidas por expertos de primera línea de ambos sectores: Digital y Salud.
- Casos prácticos.
- Clases Magistrales para conocer de primera mano las experiencias de los referentes del sector.
- Talleres de habilidades de comunicación 2.0.
- Seminarios que abordarán temas de actualidad y permitirán trabajar en un entorno de aprendizaje dinámico.
- Un proyecto de fin de curso que se realizara por grupos de trabajo.

Compatible con la actividad profesional: Se imparte en horarios compatibles con la actividad profesional: viernes de 15h a 21h y sábados de 9h a 15h en fines de semana alternos.

“Blended learning”, combinando la formación presencial y e-learning, a través del Campus Lafer.

Titulación Máster Executive: Titulación Máster Executive expedida por la Nebrija Business School (60 ECTS).



formato **Blended**



04.

“El Máster en Comunicación en salud 2.0 me ha permitido ampliar mis conocimientos relacionados con la comunicación digital, y adquirir muchas ideas sobre cómo estar presentes en las redes sociales, mejorar nuestra visibilidad o medir los resultados de las acciones, entre otros aspectos. Asimismo, el trabajo Fin de Máster me ha servido para diseñar un plan integral de comunicación digital, algo que nunca había hecho, y que ha sido muy enriquecedor.”



Alumna Marta Gállego,
Account Director Health,
Edelman España.

Tres Razones Para Elegirlo

Obtendrás una visión global de la comunicación y el marketing digital y aprenderás los fundamentos básicos de los mismos.

Desarrollarás las habilidades necesarias para una gestión integral y eficaz de las actividades en comunicación y marketing 2.0.

Aprenderás a integrar de manera eficiente tus conocimientos para elaborar una estrategia de éxito, dentro del ámbito de salud y bienestar.

05.



Este “Máster de Comunicación y Marketing digital en el sector Salud” va dirigido a profesionales con experiencia laboral que desean adquirir y perfeccionar sus conocimientos, competencias y habilidades directivas dentro del marco de la “Comunicación 2.0 en el sector Salud”.

Dirigido a:

- Profesionales en las áreas de las Relaciones Institucionales y de Comunicación externa así como interna.
- Profesionales de Marketing y Ventas así como personal del área comercial.
- Profesionales de empresas e instituciones públicas o privadas (responsables de la gestión hospitalaria, clínica, centros médicos, etc.).
- Miembros de Colegios Profesionales.
- Informadores del entorno de la salud.
- Otros profesionales vinculados a la comunicación (agencias, consultorías, etc.).



06.

Programa Académico 2014

Expertos y profesionales del sector salud compartirán su experiencia en el entorno digital, exponiendo casos reales a nivel global y nacional, con el objetivo de aplicar los conceptos aprendidos.

Pre Programa: Introducción al sector Salud. Introducción al Marketing.

Módulo 1: Introducción a la Comunicación Digital
Un nuevo entorno competitivo: economía digital y sociedad de la información.
Introducción a las redes sociales y comunidades virtuales.

Módulo 2: Marketing y Comunicación Digital.

El plan de marketing digital.
Herramientas del marketing digital (SEO, SEM, Gamificación, email Marketing e investigación de mercados online).

Módulo 3: Gestión del Talento en Entornos Digitales

Cultura y Gestión del Cambio El cliente online: prosumers, millennials y nativos digitales.

Módulo 4: Estrategia y Rentabilización: el Plan de Negocio en Comunicación Digital.

Conceptos Básicos.
Diseño básico de un Plan de Negocio.

Módulo 5: Comercio electrónico: capacitación y fidelización.

Comercio electrónico (métricas, analítica y ROI) Mobile business CRM, fidelización y atención al cliente Reputación online (ORM).

Módulo 6: Herramientas, indicadores e informes.

El cuadro de mando integral (KPI, reporting y monitorización).
Herramientas de productividad.
Herramientas de generación de contenidos.

Módulo 7: Aspectos legales del sector salud.

Derechos y obligaciones sobre información y documentación clínica.
Derecho de protección de datos: obligaciones y sanciones.
Órganos de control: AEPD.
Regulación en web y redes sociales.
Aspectos legales del negocio online.

Talleres:

Comunicación eficaz.
Google Adwords.
Google Analytics.
Marketing de contenidos.
Gestión de la reputación y prevención de crisis.
Creación de tiendas online.

Proyecto Fin de Máster



07.

Claustro

A. DIRECCIÓN ACADÉMICA

Loreto Gómez, Directora Académica Área Digital.

Diplomada en Marketing y Administración de Empresas. Programa Superior en Marketing y Comunicación Digital, Executive Education Program en Redes Sociales de IE Business School. Cuenta con más de 20 años de experiencia en Marketing, Formación y Comunicación, principalmente en el segmento de retail. Emprendedora en negocio familiar, experta en cadenas de tiendas y desde 2010 Responsable de Formación en diversos cursos de Aerco (Asociación Española de Responsables de Comunidades Online). Ha trabajado gestionando proyectos en redes sociales para distintas empresas y organizaciones. En la actualidad imparte clases en OBS, EAE Business School o el Ministerio de Cultura, así como conferencias sobre el tema en IE Business School. Trabaja en su primer libro “Todo lo que hay que saber sobre el Plan de Medios en Redes Sociales”, firmado por Wolters Kluwer.

Claire Bastien, Directora Académica Área Salud.

Licenciada y Doctorada en Medicina. Ha asumido responsabilidades tanto nacionales (Francia y España) como internacionales. Ha evolucionado de puestos de “Medical Affairs” a puestos de Marketing & Ventas, Desarrollo de Negocio, Comunicación y Dirección

General. Tiene experiencia en empresas farmacéuticas de primera fila, proveedores de servicios y start-ups. Desde 2004, ha puesto en marcha tres start-ups en biotecnología para la Península Ibérica. Desde 2008 es profesora asociada del área de Marketing y Ventas del IE Business School, donde ha obtenido menciones a la excelencia académica. Asimismo ha sido galardonada con el premio de la European Foundation in Management Development por la redacción del caso “Novartis, Commercial strategy for success”.

José Carlos Martínez, Coordinador Académico del Programa, Nebrija Business School.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad de Alcalá de Henares de Madrid). Primer Premio por el proyecto fin de carrera de creación de empresas y Mención de Honor en el Máster en Investigación social y de mercados por la UCM, Executive Leadership and Reputation por Oxford University, postgrado de Experto en Análisis y Gestión de Intangibles por el IAI/EOI y Máster en Dirección Financiera y Control (MDFC) por el IE. Casi 20 años de experiencia tanto en áreas de negocio como corporativas, especializado en reputación corporativa e intangibles, cuadro de mando integral, planificación y evaluación de riesgos. Ha sido Director de Estudios del Foro de Reputación Corporativa y actualmente es Director de la Comisión de Reputación y Comunicación del Club de Excelencia en Sostenibilidad y Corporate Reputation Manager en la Dirección de Comunicación de Iberdrola desde 2005. Ha colaborado en el libro “The alignment factor”.

“Además de ayudarme a ampliar mis conocimientos y habilidades en el entorno de la comunicación online y del social media, este Máster en Comunicación en Salud 2.0 me ha permitido participar en el diseño de un plan integral de comunicación digital para mi empresa, convirtiéndola en una de las pioneras de su sector en este ámbito.”



Alumna Ana Tarancón,
Responsable del Departamento de Comunicación de Soria Natural.

“El presente y futuro del ámbito de la salud se encuentra en el mundo digital. Los nuevos modelos de comunicación no presenciales entre profesionales y usuarios de salud pasa por dominar las herramientas de comunicación digitales, como plataformas de trabajo colaborativo o redes sociales entre otras. El Máster en Comunicación en Salud 2.0 es la mejor oportunidad para aprender a manejarlas, dominarlas y aplicarlas a las necesidades de los profesionales sanitarios.”

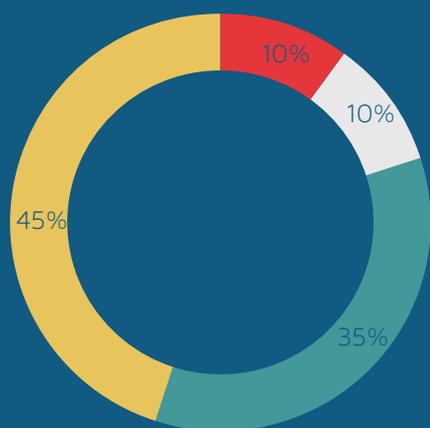


Alumno Sergi Gódia,
Responsable Médico y de Comunicación de LleidaSalut y Responsable del Área de Gestión Clínica de la Dirección de Atención Primaria de Lleida.

B. CUADRO DOCENTE

- 1. Rodrigo Abad,** Communications Manager en Merck Group.
- 2. Miguel Ángel Abeledo,** CIO AECC y Profesor de Derecho y Tecnología en IE Business School.
- 3. Sergio Alonso,** Redactor Jefe de la sección de Economía y Salud de La Razón.
- 4. José Manuel Burgueño,** Profesor de comunicación institucional en la Universidad Antonio de Nebrija.
- 5. Guillermo de Haro,** Doctor Europeo en Organización de Empresas. MBA, Profesor Asociado en Estrategia Digital y Tutor del Venture Lab en IE Business School.
- 6. Julio de la Cruz,** Consultor Estratégico en Salud.
- 7. Ricardo de Lorenzo,** Socio-Director del Bufete de Lorenzo Abogados.
- 8. José Antonio Gallego,** Open Innovation Manager en BBVA y co-fundador de AERCO.
- 9. Juan José González,** Xbox Marketing Director en Microsoft.
- 10. Máximo González,** Presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Diplomados de Enfermería.
- 11. Javier Godoy,** Data Strategist Managing Partner de Mind Your Group.
- 12. Nancy Guillen,** experta en Web Analytics & Online Campaign
- 13. Chechu Lasheras,** Regional Manager para España, Portugal y Latinoamérica de Zanox. Experto en marketing y publicidad digital.
- 14. José Carlos Martínez,** Corporate Reputación Manager en Iberdrola.
- 15. Carmen Peña,** Presidenta del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos.
- 16. Juan José Polledo,** Director de Acceso y Relaciones Institucionales de Pfizer.
- 17. Juan Rivero,** Socio-Fundador de Myriad.
- 18. Juan José Rodríguez Sedín,** Presidente del Consejo General de Colegios Oficiales Médicos.
- 19. Ignacio Somalo,** Fundador Lonesome Digital, Ex VP para Europa de Alice.com. Experto en E-commerce.
- 20. Yolanda Tellaeche,** Presidenta del Instituto de Formación Cofares (IFC)

08. Perfil de los Alumnos



Responsabilidad

- Directivo insitución/ empresa sanitaria
- Director/Responsable de Comunicación
- Dpto. Comunicación/ Márketing
- Director/ Responsable de Marketing

CCAA de Procedencia



Titulación

- 4% Otros
- 8% Publicidad / Marketing
- 8% Medicina
- 8% Farmacéuticos
- 8% Derecho
- 16% Económicas y Empresariales
- 48% Periodismo / Comunicación

Edad Media
37 AÑOS



09.

Proceso de Admisión

El proceso de admisión al Máster es continuo y sin fecha límite. El objetivo del mismo es seleccionar a aquellos alumnos que cuentan con el perfil adecuado para participar en este programa. La participación en este proceso no supone ningún compromiso, ni conlleva el abono de tasas. Para facilitar el acceso, la Fundación LAFER financia el programa a través del fraccionamiento del pago, durante los meses de impartición.

Puedes solicitar más información en:

Tel. (+34) 91 523 44 67

Info@mastercomunicacionsalud.com

Más información

www.mastercomunicacionsalud.com

www.nebrija.com

Las empresas que tributan a la Seguridad Social pueden beneficiarse de las bonificaciones a la formación que otorga la Fundación Tripartita,

Más información en:

www.fundaciontripartita.org

01. Solicitud de admisión

02. Entrevista

03. Admisión y reserva de plaza

04. Matrícula

“El Máster en Comunicación en Salud 2.0 ha sido duro, pero a la vez me ha abierto un sinfín de posibilidades de cómo estar presente y visible en las redes sociales y cómo poder interconectar con ellas para mejorar el conocimiento, y la calidad de los servicios sanitarios que prestamos, haciéndolos más cercanos, más humanos, más accesibles y más eficientes.”

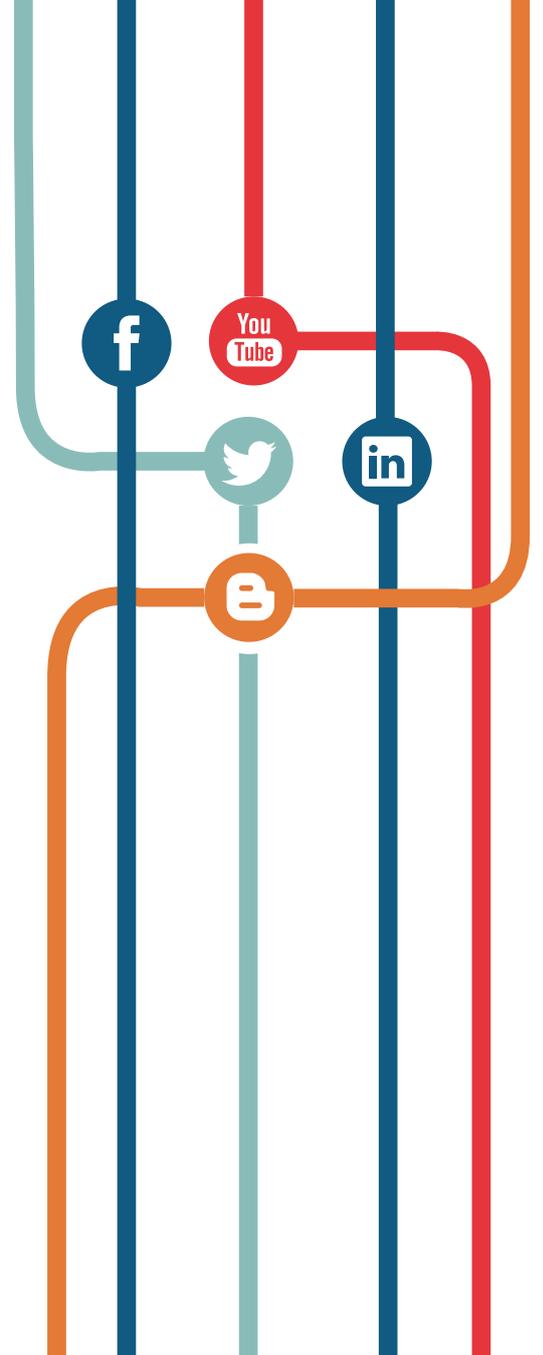


Agustín Ortega,

Director de Servicios Generales del Complejo Hospitalario de Huelva. Área Hospitalaria Juan Ramón Jiménez.l.



mastercomunicacionsalud.com



Apoyan

