

Becas PMDC

Para profesionales de empresas anunciantes

INTRODUCCIÓN

El Programa en gestión de Medios, Datos y Contenidos (PMDC) es la oferta formativa de la AM que tiene como objetivo que sus alumnos se conviertan **en especialistas en conectar marcas y consumidores** en el nuevo entorno.

Es la **única oferta formativa en su especialidad contando con la participación de más de 50 profesores** profesionales en activo procedentes de agencias de medios, anunciantes, medios y consultaras.

**El PMDCD cumplirá, en 2026, su 34ª edición
habiendo formado a más de 1.200 profesionales.**



[FICHA TÉCNICA

Formato: Presencial

Duración: del 12 enero al 25 de Noviembre

Horario: Lunes y Miércoles de 18.30 a 21.30 (siete viernes durante el curso habrá clase de 16.30 a 19,30)

Total horas: 254 + TFP (trabajo final de programa)

Lugar: The Valley. Calle Arapiles, 13. Madrid



BECAS AM para empresas anunciantes

La Asociación de Agencias de Medios ofrece diez becas para profesionales con responsabilidad en la gestión de medios que trabajen en empresas anunciantes.

La beca ofrece un **descuento del 60% sobre el precio de matrícula**. El precio final por matrícula es de **3.640 €**. El precio de la matrícula es una formación **bonificable por FUNDAE**.



El programa

El programa del PMDC está dividido en ocho módulos. Cada uno de ellos está dirigido por un profesor.

Cada módulo cuenta con la siguiente estructura:

- 1 – Introducción**
- 2-Desarrollo del módulo**
- 3-Innovación**
- 4-Caso práctico empresa**
- 5-Proyecto de módulo**

DESARROLLO DE MÓDULOS

Inmersión

Ecosistema y retos de medios
Estrategia integral
Integración en el nuevo modelo de convergencia de agencias
Encantado de empezar a conocerlos

12 horas

Investigación de mercado y conocimiento del consumidor

Conceptos
Herramientas

42 horas

Planificación estratégica/Planificación operativa 360

Aprender a pensar y planificar estratégicamente
Saber planificar en todos los medios

42 horas

IA aplicada a la comunicación y el marketing

Introducción a la IA
Deep Learning
Machine Learning
IA Generativa
Prompting challenge. Aplicación al brief

21 horas

Habilidades

Habilidades directivas
Presentaciones eficaces
Pensamiento creativo
Resolución de conflictos
Trabajo en equipo

32 horas

Digital Business

Digital commerce
Martech/Adtech (innovación tecnológica)
Plataformas digitales abiertas y cerradas
Estrategia digital

42 horas

Data y Analytics

Indicadores de medición
GA4
Business Analytics
Data bases y cloud computing
Compliance

42 horas

Negociación y negocio

Negociación en todos los medios y herramientas de negocio

21 horas

254 horas

Lo que aprenden los alumnos que cursan el PMDC

- **Conseguir la optimización de las campañas de notoriedad, captación, performance y fidelización** gracias al aprendizaje de todas las técnicas y elementos clave para todo el pool de medios -digitales y tradicionales.
- **Optimizar el rendimiento de las campañas de comunicación mediante el uso de la tecnología de última generación** orientadas al conocimiento del consumidor, a la planificación multi media, a la automatización y al análisis de las distintas fuentes de datos.
- **Incorporar la IA al plano del marketing y la comunicación** para conseguir un mejor rendimiento de los procesos y por tanto, optimizar los resultados de las campañas y de las acciones de marketing en general.
- **Mejorar el plano digital de la estrategia de marketing** mediante el conocimiento y el análisis de todas las herramientas tanto de planificación como de evaluación sobre las acciones a llevar a cabo.
- **Analizar los datos de la manera más adecuada enfrentando las acciones de los medios, con los resultados comerciales y el comportamiento del consumidor**, usando la tecnología más adecuada para cada caso

Lo que aprenden los alumnos que cursan el PMDC (+)

- **Aprender del resto de compañeros** procedentes de agencias de medios, anunciantes y medios intercambiando experiencias profesionales de gran provecho.
- **Incorporar nuevos aprendizajes en el ámbito del desarrollo personal** que le ayudarán en su vida y desempeño profesional.
- **Vivir una experiencia de conocimiento, trabajo en equipo acompañados por una gran variedad de profesores** con una amplia experiencia profesional y docente.



Proceso de matriculación

Contactar con la oficina de AM:

Patricia Castroverde: Coordinadora PMDC

- secretaria@agenciasdemedios.com
- 673 425 831

Leo Farache, director PMDC

- lfarache@agenciasdemedios.com
- 696 903 953

Disponibilidad de diez becas.

Directores de módulo



Óscar Herraiz. Managing Director en dentsu X.
Director del módulo de Habilidades,

Paloma Martín Research & Analytics Director at Groupm
Laura Riestra. Directora Insights & Measurement en Arena Media España
Javier Acebo Insights Director en Publicis Groupe
Directores del módulo Investigación de mercado y conocimiento del consumidor

Ana Martín. Global Head of Innovation and Strategy Havas Media Network x Telefónica y Aitor Martín Head of Creative System Essence Mediacom
Directores del módulo Planificación estratégica/Planificación operativa 360



Ruth Falquina. CEO y fundadora de Estado Latente.
Directora del módulo IA aplicada a la comunicación y el marketing

David Maján Managing Director Tribal Worldwide Spain
Director del módulo Digital Business

Arturo Valero Managing Director en Annalect Spain (Omnicom Media Group)
Director del módulo Data y Analytics

Manuel García Meroño. Director General de Investment & Trading en IPG Mediabrands.
Director del módulo Negociación y negocio

Leo Farache Director de AM
Director del módulo de Habilidades.

Equipo AM

Javier Barrio
Director académico



Leo Farache
Director



Patricia Castroverde
Coordinadora



Últimas Graduaciones



GRACIAS

Patricia Castroverde: Coordinadora PMDC

- secretaria@agenciasdemedios.com
- 673 425 831

Leo Farache, director PMDC

- lfarache@agenciasdemedios.com
- 696 903 953