

2024 - 2025

Máster online en **Entertainment Business**

El Máster basa sus contenidos en una visión actualizada del rol que la comunicación, el marketing y la organización de eventos juegan en la industria del espectáculo, el deporte y la música.



EIP

Escuela Internacional
de Protocolo

1. EJECUTIVOS DE ENTRETENIMIENTO

El alumno desarrollará competencias que van desde la estrategia comunicativa, la gestión de eventos, las nuevas lógicas necesarias para entender el paradigma comunicativo actual, el entendimiento de los canales digitales, el desarrollo y la explotación de contenidos, así como el entorno legal, económico y financiero.

De este máster saldrán los ejecutivos de entretenimiento del futuro: profesionales que entiendan el cambio que estamos viviendo en términos de comunicación, marketing y organización de eventos, y sepan comunicar y ofrecer contenidos a una audiencia cada vez más fragmentada, efímera y difícil de impactar.

01



FECHAS

octubre 2024
junio 2025



Doble metodología 100% ONLINE

Campus virtual:
horario flexible
adaptado a la
disponibilidad del
alumnado

**Clases virtuales en
directo:** jueves de
19:00 a 21:00 h

2. OBJETIVOS

ANALIZAR...

el entorno de la industria del entretenimiento y cómo eventos y nuevas plataformas están transformando el consumo de contenidos y la distribución de derechos audiovisuales.

ENTENDER...

el entorno profesional y financiero de empresas, clubes, organizaciones, discográficas, artistas, atletas, etc., abarcando desde la estructura de la industria hasta sus mecanismos de financiación.

EXAMINAR...

estrategias de comunicación y marketing, adentrarse en la transformación digital de la industria del entretenimiento y gestionar comunicaciones en entornos digitales.

COMPRENDER...

la importancia del protocolo en la organización de eventos y promover un análisis crítico enfatizando la importancia de la RSC, la ética y la sostenibilidad.

PROFUNDIZAR...

en la evolución del papel del ejecutivo de entretenimiento, con un enfoque en la organización de eventos y preparación para el impacto futuro de la tecnología (IA, blockchain, big data, etc.).

DOMINAR...

las estrategias de engagement digital, utilizando los contenidos para crear campañas que maximicen la interacción del usuario, el reconocimiento de marca y las oportunidades de monetización.

02

3. SALIDAS PROFESIONALES

- Organizador de eventos de entretenimiento.
- Responsable de comunicación o marketing en entidades de entretenimiento (deporte, música, streaming, gaming y OTT's).
- Project Manager y consultoría de Sport Business.
- Productor Ejecutivo de proyectos de entretenimiento.
- Responsable de desarrollo de negocio en el ámbito del deporte y la música.
- Gestor de grandes eventos en Administraciones Públicas.
- Project Manager en OTTs y entidades de broadcasting.
- Brand Managers para atletas y artistas.
- Responsable de comunicación, contenidos y estrategia digital en clubes, federaciones, empresas deportivas, agencias, discográficas o empresas patrocinadoras.
- Responsable de comunicación, contenidos y estrategia digital de deportistas y artistas.
- Gestor de derechos audiovisuales en entidades de entretenimiento o en broadcasters.

03

1. Sesiones Streaming en directo

jueves de 19:00 a 21:00h (hora española)

- Clases en directo: cada asignatura contará con un mínimo de 8 horas de sesiones en directo.
- Casos de éxito: El objetivo es ofrecer la oportunidad de que los alumnos compartan con profesionales del sector sus experiencias y los retos que han tenido que superar en casos reales.
- Informes de la industria del entretenimiento que aporten una visión objetiva de la actualidad en este ámbito.



2. Campus virtual

HORARIO
FLEXIBLE
ADAPTADO A LA
DISPONIBILIDAD
DEL ALUMNADO.



4. DOBLE METODOLOGÍA

04

5. DIRECCIÓN del MÁSTER



XAVIER PURCALLÀ

Director de comunicación, estrategia digital, académico y docente. Ha desempeñado roles de liderazgo y asesoramiento para prestigiosas marcas y eventos, con un enfoque particular en sectores como el deportivo y el musical.

Ha liderado la comunicación y la estrategia digital en Octagon Marketing, una firma multinacional estadounidense especializada en Marketing de Deportes y Entretenimiento, para clientes como Endesa, Rakuten, Telefónica, Adeslas, Polar, Compeed y Firestone, entre otros. Asimismo, en la agencia ha estado al frente de la comunicación de eventos deportivos nacionales e internacionales. También ocupó el cargo de Director de Comunicación Externa en Vueling Airlines, coordinando toda la comunicación y estrategia digital de la compañía. Por último, ha liderado la transformación digital de Flaix, entidad que engloba la organización de eventos y dos de las estaciones de radio y musicales más influyentes de Cataluña, además de enfocarse en la creación de contenidos audiovisuales centrados en el entretenimiento y la música.

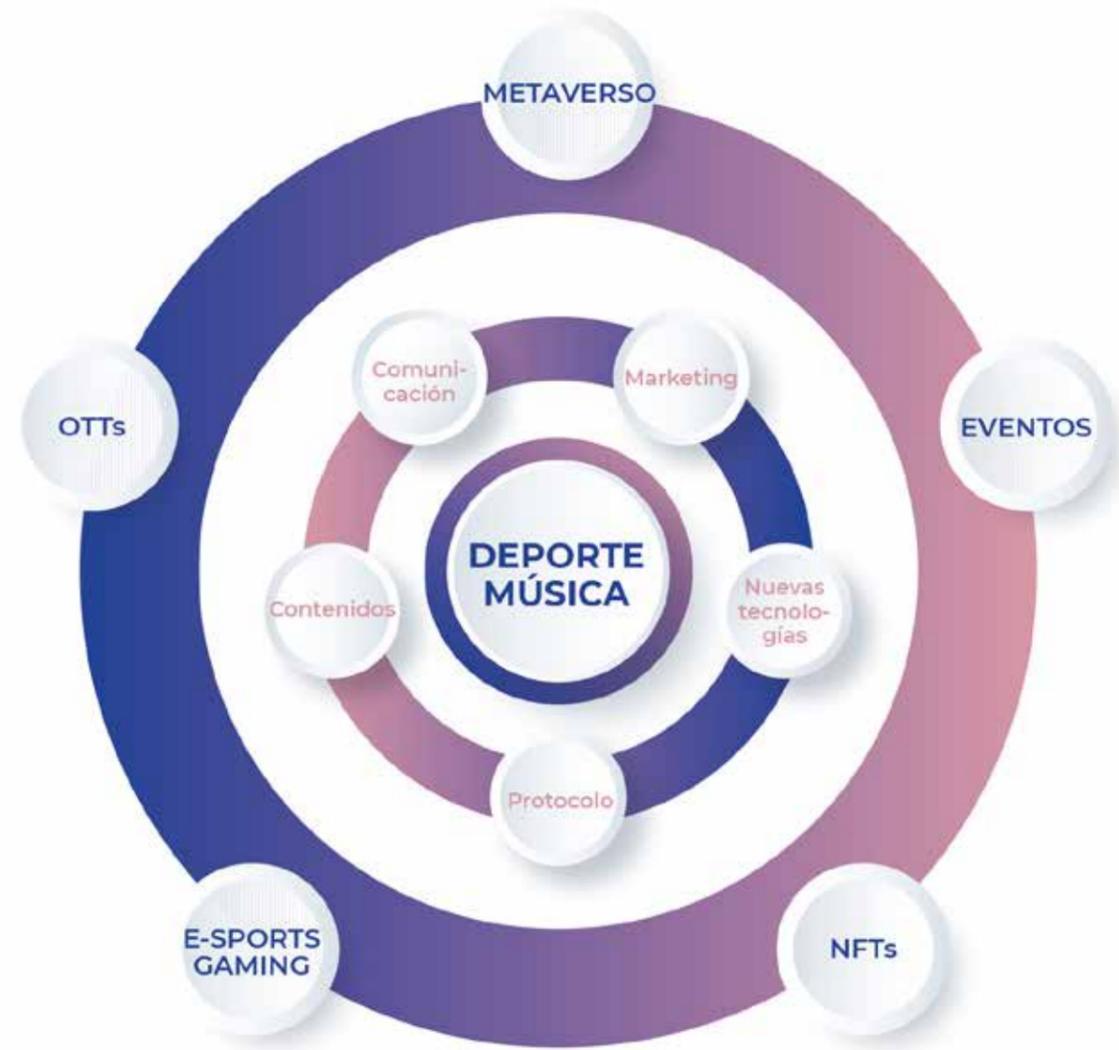
En el campo de la docencia ejerce de director académico y docente de diversos programas educativos con foco en la comunicación y el ámbito digital.



MARC PEREA

Ocupa el cargo de Director en Back4more, un estudio creativo enfocado en el entretenimiento que colabora con marcas de renombre internacional tales como F1 Paddock Club, FIFA, RFEF, Bershka y Grupo Suárez, entre otros destacados. Anteriormente, desempeñó el rol de Jefe de Desarrollo de Negocio y Expansión en Flaix, en donde fue uno de los fundadores de Flaix Studio. Este estudio se encargó de las ceremonias de apertura y clausura de las Finales de la Copa Davis en Madrid en 2019, celebró el centenario del Automobile Barcelona, trabajó para Audi y produjo el espectáculo Maestro, que fusiona la música de baile con la clásica. Asimismo, ha servido como Gerente de Entretenimiento y Activación de Patrocinios en FIFA Beach Soccer, contribuyendo en dos Copas Mundiales de Beach Soccer de la FIFA y en varios torneos de CAF, AFC y CONCACAF. Su experiencia incluye también una etapa en la agencia Octagon Marketing, donde fue responsable de la gestión y activación de patrocinios internacionales notables como Rakuten con Shakira, Cisco con los NBA Global Games, AIG con la gira europea de los All Blacks, Corona Sunsets, Budweiser con el Mundial de la FIFA Rusia 2018 y la Ruta Firestone, entre otros.

Además, compagina su trabajo profesional con proyectos de docencia en diversas instituciones, enfocados al marketing, eventos y patrocinios.



6. HOJA de RUTA



7. PLAN DE ESTUDIOS...

1. Entertainment Business: música, deporte y eventos

Entender el funcionamiento del mercado del entretenimiento actual a nivel global. ¿Quiénes son los principales actores? ¿Qué objetivos tienen? ¿Cómo son sus fuentes de ingresos? Regulación del mercado, marco jurídico legal y financiero. ¿Cómo entender el deporte y la música como productos? ¿Tendencias actuales y potenciales?

- Principales actores y objetivos.
- Tendencias actuales.
- Grandes eventos globales de entretenimiento.
- RSC, marco jurídico, legal y financiero.
- Relevancia de la industria del entertainment business: nacional, europea y global.
- ¿Qué es el sportainment?
- Análisis y oportunidades del fenómeno fan como base de la estrategia en eventos.
- Candidaturas, ceremonias de apertura y clausura, la SuperBowl, etc.

2. Marco legal y financiero, ética y RSC

Es esencial entender el papel de la Responsabilidad Social Corporativa en los eventos de deporte y música, así como del entorno jurídico regulador nacional e internacional. Comprender bien las particularidades financieras de las entidades de entretenimiento ayudará a entender las lógicas del mercado. También es básico comprender la importancia de tomar decisiones éticas y sostenibles en todas las fases del evento.

- Entorno regulador y marco legislativo nacional e internacional.
- Papel de motor económico y transformador social. Estructura de negocio y principales fuentes de ingresos.
- Compromiso social y ético. Definición e integración de la RSC en eventos.

3. Estrategia, planificación y protocolo en eventos de entretenimiento

Entender las necesidades técnicas y las características específicas aplicadas a la organización de eventos deportivos y musicales.

¿Cuáles son los elementos básicos para la creación, planificación y desarrollo de una estrategia adecuada en eventos deportivos y musicales? ¿Cómo se diseña un protocolo efectivo para eventos deportivos y musicales? ¿Cómo debemos medir los resultados para asegurar un óptimo retorno de la inversión?

- Técnicas de organización aplicadas a los eventos deportivos y musicales.
- Herramientas para el diseño y desarrollo de una estrategia para la planificación, producción y evaluación de un evento deportivo y/o musical.
- Planificación y ejecución de ceremonias, premiaciones y protocolo de autoridades en eventos deportivos y/o musicales.

4. Derechos audiovisuales, plataformas streaming y OTTs

¿Qué son los derechos audiovisuales, a quién pertenecen y por qué son estratégicos? ¿Cómo se gestiona la venta de derechos audiovisuales? Análisis de los 'right-owners': dinero vs exposición. Los 'broadcasters': de la TV a la OTT. La nueva audiencia. ¿Cómo se gestionan los derechos audiovisuales y musicales en plataformas como Twitch y TikTok? ¿Son estas plataformas el futuro del broadcasting?

- Definición de los derechos audiovisuales y del entorno del mercado.
- Descripción de los principales actores que intervienen y qué objetivos tienen.
- Análisis de stake-holders right-holders. ¿Quiénes son, qué objetivos tienen y cómo se miden?
- La dicotomía entre revenue y exposición.
- Profesionalización del producto vs personalización del producto.

- Los broadcasters. ¿Quiénes son y por qué compran derechos?

- ¿Qué estructura tienen y cómo se financian?

- Definición de OTTs. ¿Cómo están afectando al mercado, valor añadido y modelo de negocio?

- Nuevos modelos de plataformas on demand (Twitch y Tik Tok).

- Análisis de cómo han cambiado los hábitos de consumo audiovisual entre millenials y generación Z y cómo afecta a los broadcasters.

5. Marketing y Patrocinio

Analizar cómo las propiedades de entretenimiento se pueden convertir en marcas de gran valor y con millones de seguidores en todo el mundo. ¿Cómo construir la marca y cómo diferenciarse? Y a partir de ahí, ¿cómo activar una marca para atraer a patrocinadores? ¿Cómo se llevará cabo la supervisión de la asignación de recursos y del presupuesto global?

- ¿Qué es el patrocinio y qué función tiene?

- Definición de marca y de su valor.

- Tipología de marcas deportivas y musicales.

- Definición de objetivos OKR + SMART.

- Objetivos del patrocinador y de la propiedad deportiva-musical.

- Estrategias de activación e implementación de acciones.

- Elaboración de presupuestos, seguimiento y corrección de desviaciones

6. Comunicación, RR.PP., gestión de crisis y estrategia digital

Profundizar en cómo trabajan la comunicación propiedades y eventos; cómo elaborar un plan de comunicación, contenidos y RR.PP.; cómo atender a periodistas, Influencers y atraer su atención. Descubrir herramientas para gestionar eficazmente los resultados de la comunicación en

entidades de entretenimiento o en eventos y espectáculos. Aprovechar las redes sociales para generar audiencia, seguidores y fans. Analizar la figura del 'Head of Content and Digital Strategy'. Descubrir claves y herramientas ('storytelling', 'storydoing', creación del relato). Conocer técnicas y herramientas para trazar y evaluar un plan de comunicación de crisis.

- Gestión de la comunicación en un evento.

- Aptitudes y actitudes del DIRCOM y el Estratega Digital.

- El Plan de Comunicación: estrategia, construcción y ejecución.

- Estrategia de contenidos digitales: cómo generar comunidades online, gestionarlas y dinamizarlas.

- Técnicas y herramientas para trazar y evaluar un plan de comunicación de crisis.

7. Experiencia de usuario, Big Data, Blockchain y analítica

¿Por qué es crucial la experiencia de usuario en eventos deportivos y musicales? ¿Cómo impacta en la satisfacción del público y la fidelización?

¿Qué estrategias pueden mejorarse para crear experiencias memorables?

¿Qué papel juega el Big Data y cómo la recopilación y análisis de datos impulsan la toma de decisiones? ¿Qué ventajas ofrece Blockchain? ¿Cómo se utiliza la analítica para medir el éxito y evaluar el impacto de un evento?

- Relevancia de la experiencia de usuario en eventos e influencia para crear una experiencia memorable en eventos deportivos y musicales.

- Papel del análisis de grandes volúmenes de datos en la toma de decisiones.

- Utilidad de la Tecnología Blockchain para garantizar la seguridad y transparencia.

- Contribución de la analítica para medir el éxito y evaluar el impacto de los eventos.

...

7. PLAN DE ESTUDIOS...

8. Inteligencia Artificial y futuras tendencias en eventos de sportainment

La Inteligencia Artificial (IA) se está convirtiendo en una herramienta cada vez más importante en la organización de eventos. Puede ayudar a personalizar la experiencia de los asistentes, ofreciendo eventos basados en sus intereses y comportamientos previos. Puede ser clave para el análisis de datos en tiempo real, lo que permite a los organizadores tomar decisiones en vivo. También es clave descubrir cuáles serán las tendencias que marcarán esta industria tan compleja y cambiante.

- *¿Qué es la inteligencia artificial? ¿Qué papel juega y jugará en los eventos?*
- *Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN) en eventos para analizar los sentimientos y determinar la actitud de una persona hacia un tema en particular a partir de un conjunto de datos. Útil para evaluar la satisfacción del cliente después de un evento, por ejemplo.*
- *Machine Learning: permite a las empresas de eventos personalizar la experiencia del cliente y ofrecer sugerencias basadas en los intereses y preferencias de los asistentes.*
- *Tendencias que permitirán a las empresas de eventos ofrecer experiencias cada vez más personalizadas a los clientes y mejorar el éxito del evento.*



8. Y TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Consiste en la realización en equipo (3-4 alumnos) de un proyecto o estudio original en el que se integren, apliquen y desarrollen los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridas durante el periodo de docencia del Máster.

En el Trabajo Final de Master se ponen en juego los contenidos aprendidos en las asignaturas teórico-prácticas, contenidos relacionados con:

- La gestión de la comunicación y el marketing en propiedades de entretenimiento, entidades deportivas, musicales, corporaciones, deportistas y artistas.
- El marco legal y financiero que rige la industria del Entertainment Business.
- El desarrollo de las estrategias digitales y la posterior monetización de las mismas.
- Organización de eventos.
- Los derechos televisivos, OTTs y el auge de los e-sports.
- Inteligencia artificial aplicada a la comunicación en eventos.



08

La Escuela Internacional de Protocolo

LA ESCUELA INTERNACIONAL DE PROTOCOLO (EIP) SE HA CONSOLIDADO COMO EL PRIMER CENTRO MUNDIAL ESPECIALIZADO EN LA FORMACIÓN EN PROTOCOLO, RELACIONES INSTITUCIONALES, COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y GESTIÓN DE EVENTOS.

Desde 1995 más de 25.000 alumnos han pasado por las aulas de la EIP. De ellos, el 60% ocupa hoy puestos de dirección en departamentos de protocolo y organización de eventos.

La EIP siempre ha compaginado su labor docente con la investigación, situando sus conocimientos a la vanguardia profesional del sector.

Desde hace años colaboramos activamente con otras empresas e instituciones educativas de prestigio nacional e internacional.

Estas son algunas de las instituciones con las que tenemos convenios activos de colaboración: *University of Central Lancashire, Cambridge Assessment English, Dublin Business School, Universidad ABAT OLIBA-CEU etc.*

Datos de la EIP

 **4** centros en España: Madrid, Barcelona, Valencia y Granada

 **+600** convenios con empresas

 **+25** años de experiencia. Pioneros en España

 **+25.000** alumnos han pasado por nuestras aulas



Escuela Internacional
de Protocolo

MADRID

✉ escuela@protocolo.com

📱 91 310 18 03

📞 +34 689 662 804

BARCELONA

✉ escola@protocolo.com

📱 93 451 30 31

📞 +34 689 662 804

VALENCIA

✉ eipvalencia@protocolo.com

📱 96 293 36 73

📞 +34 689 662 804

ONLINE

✉ elearning@protocolo.com

📱 91 310 18 03

📞 +34 689 662 804

🌐 protocolo.com

