



**EUDE**

BUSINESS SCHOOL  
MARKETING



+34 91 593 15 45

# MÁSTER EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL Y MÁSTER EN RECURSOS HUMANOS (PRESENCIAL / ONLINE / SEMIPRESENCIAL)

## DATOS CLAVE

**Modalidades:** presencial, online o semipresencial.

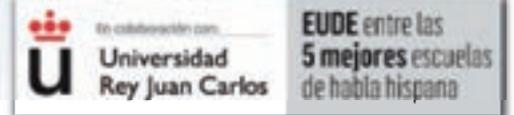
**Duración:** 1.500 h equivalente a 60 créditos ECTS.

**Fechas de inicio:** marzo y octubre (presencial); cada 15 días (semipresencial y online).

**Horario presencial:** turno de mañana o tarde.

**Horario semipresencial:** un sábado al mes.

**Ubicación:** Campus de Arturo Soria (Madrid).



**La doble titulación Máster en Marketing y Dirección Comercial y Máster en Recursos Humanos de EUDE Business School te prepara para asumir puestos de responsabilidad y dirección en el área de Recursos Humanos, marketing y Comercial.** Superando la doble titulación adquirirás las siguientes competencias profesionales y personales:

- Desempeñar tareas de alta dirección y asumir la responsabilidad en la concepción e implementación de las decisiones estratégicas.
- Desarrollar y gestionar de forma global planes de Marketing y asumir el manejo estratégico y operativo de las variables del Mix de Marketing.
- Integrar la función estratégica del área de RR.HH en la misión y visión de la organización.
- Facilitar los cambios culturales organizativos que la empresa precise.
- Planificar estratégicamente las necesidades de captación, desarrollo y retención de capital humano.
- Adquirir una mayor conciencia sobre el grado de responsabilidad que el directivo posee a la hora de inspirar y movilizar a su equipo, en la consecución de resultados y mejora del rendimiento laboral.
- Desarrollar las competencias y habilidades directivas que impactan de manera positiva sobre la cultura organizativa, facilitando la trasmisión de los valores éticos empresariales.

*“EUDE Business School tiene un ambiente muy muy cercano, muy de puertas abiertas. Valoro muy positivamente la cercanía de los profesores, su experiencia y la profesionalidad con la que abordaban todo el programa de estudios. Todos los casos y los ejercicios estaban muy orientados al mundo real en el que vivimos. Sin duda, el paso por EUDE Business School me ha ayudado a enfrentarme a determinados retos con mucha más tranquilidad”.*

**José María Maestre, HP Business Partner en BT Global Services.**



## PUNTOS DIFERENCIALES

Los principales puntos diferentes de la doble titulación Máster en Marketing y Dirección Comercial y Máster en Recursos Humanos que imparte EUDE Business School son:

- **Combinación de forma presencial y online.** La principal ventaja de este sistema es que se rompen las rigideces de los horarios de clases. Podríamos decir que con este sistema de trabajo el estudiante tiene una “vida académica” plena que le permite optimizar su tiempo de trabajo.
- EUDE Business School a diferencia de otras Escuelas de Negocio, se presenta ante el mercado como Entidad Educativa y Consultora de Empresas. Ello nos permite tener un **contacto muy cercano con las necesidades de la empresa** y, a su vez, nos permite plasmarlo posteriormente en nuestros programas educativos.
- El programa de estudios ha sido **confeccionado bajo la supervisión y asesoramiento de empresas referentes en el sector**, así como de un claustro formado por directivos y exdirectivos de compañías multinacionales y nacionales (Carrefour, Grupo L’Oréal, Grupo Vocento, Fenosa, Seur, etc.).
- El sistema de módulos en el cual trabaja EUDE Business School permite que, si, por circunstancias un estudiante no puede continuar su formación, pueda retomarla sin mayores dificultades cuando éste lo considere oportuno.
- Somos conscientes del esfuerzo que supone la formación y ponemos a disposición del estudiante herramientas diversas que faciliten el aprendizaje de los Contenidos desde diferentes perspectivas: ebook, Hypermedia Box, Sesiones Presenciales Virtuales, etc.
- Si tradicionalmente la formación online ha resultado un sistema complejo por la soledad que sentía el estudiante durante su etapa de estudio, EUDE Business School apuesta por un entorno de trabajo dinámico donde te llevamos el profesor “a casa” y conseguimos que te sientas miembro de un grupo de trabajo.
- La preparación para el buen desempeño profesional es una constante en la elaboración de cada uno de nuestros Contenidos. Por esa razón si tan importante es preparar a nuestro estudiante en áreas como RR.HH, Marketing o Comercio exterior, no menos importante es **prepararle para el manejo de un segundo idioma**. En EUDE Business School el estudiante paralelamente al desarrollo de su Máster, tiene la oportunidad de prepararse en el aprendizaje de nuevos idiomas con el apoyo de clases presenciales o desde la plataforma online que permite al estudiante la elección entre un nutrido grupo de lenguas.

## METODOLOGÍA

Desde el punto de vista académico, **la metodología de trabajo desarrollada en EUDE Business School está basada en el Método del Caso**. Consideramos que una formación eminentemente práctica es la mejor base para que el estudiante adquiera los conocimientos, aptitudes y experiencias que la empresa precisa. Los casos desarrollados en cada área de conocimiento son casos de éxito que ofrecen al estudiante un amplio margen para el análisis y la discusión. El aula o el **Campus Virtual EUDE** serán los foros más adecuados para que los estudiantes puedan compartir sus opiniones y reflexiones sobre cada documento.

Nuestra metodología de trabajo parte de la idea de que el conocimiento emana de cada uno de nosotros. Por esa razón **el trabajo en grupo y la exposición constante de ideas serán las claves de nuestro éxito**.

**En lo referente a la doble titulación Máster en Marketing y Dirección Comercial y Recursos Humanos logramos que el futuro directivo de la empresa tenga una visión 360 grados tanto del área de internacionalización, como de los áreas de marketing, comunicación y comercial de la empresa.**

Un programa que se precie debe estar apegado a la realidad. Por eso, la doble titulación de EUDE Business School trata de huir de errores de la actualidad empresarial y hace una buena apuesta por aspectos tan importantes como la Ética en los negocios, la buena Praxis y la Responsabilidad Corporativa. **No sólo formamos Directivos, formamos Personas.**

Pretendemos que el estudiante **adquiera una visión integral de la Gestión y Dirección de la empresa,**

**con especial énfasis en la gestión y dirección de los departamentos de marketing, comunicación, comercial e internacionalización de la empresa**, por esa razón el desarrollo del programa se complementa con lo que denominamos actividades transversales tales como: visitas a empresas, encuentros con directivos, mesas redondas, seminarios, etc.

Al finalizar el programa el estudiante entregará y defenderá su Proyecto Fin de Máster\*. **El PFM\* es un plan de negocio real o simulado en el que el estudiante deberá haber aplicado todos los conocimientos y herramientas adquiridas**. En los últimos años el PFM\* se ha convertido en mucho más que una excusa para finalizar el Máster, pues una vez terminados los estudios son muchos los estudiantes que se atreven a hacer realidad su Proyecto\* con la ayuda de EUDE Emprende.

Finalizados los estudios pretendemos haber contribuido al desarrollo profesional del estudiante pero también de la persona. Desde el inicio del programa EUDE Business School pretende mantener un trato cercano al estudiante desde todos y cada uno de los departamentos (Atención al Alumno, Orientación Profesional, Antiguos Alumnos, etc.). En ese sentido el papel del profesor también es determinante pues pretendemos que su labor no se limite a la simple evaluación de resultados, sino al **continuo feed-back que permita al estudiante conocer en todo momento sus puntos de mejora y fortalezas**.

El verdadero objetivo de la doble titulación no es sólo terminarla sino conseguir que el esfuerzo realizado le sirva para alcanzar las metas de su carrera profesional.



\* El PFM será obligatorio para los estudiantes en la modalidad presencial. El resto de Modalidades están exentas de este requisito a excepción de aquellos alumnos que hayan optado por el Máster de Acceso a la titulación oficial.



## PROGRAMA DE ESTUDIO: MÁSTER EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

### DURACIÓN

- Duración total del Máster: 1.500 h.
- Duración clases lectivas en formato presencial: 450 h.
- Duración clases lectivas en formato semipresencial: 104 h.
- Duración actividades transversales (talleres, seminarios, conferencias, mesas redondas, visitas a empresas, etc): 130 h.

### Módulo I. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

**Objetivo:** preparar a los participantes para la comprensión de los elementos básicos de la Dirección Estratégica, de modo que, el estudiante esté en condiciones de realizar:

- El análisis externo e interno de una compañía.
- Identificar las posibles modalidades de ventajas competitivas.
- Diseñar las diferentes estrategias de la empresa.
- Conocer las tácticas y métodos de desarrollo para alcanzar los objetivos estratégicos.
- Estudiar casos específicos y situaciones de negocio para una adecuada comprensión práctica.

#### Contenido:

- Concepto y evolución de la Estrategia.
- Objetivos estratégicos de la Empresa.
- El proceso Estratégico.
- Formulación de la Estrategia.
- Análisis estratégico en la dinámica de la Gestión Empresarial.
- Desarrollo de la Estrategia.
- Formación e implementación de la Estrategia.
- El Cuadro de Mando Integral.

### Módulo II. DIRECCIÓN DE MARKETING

**Objetivo:** transmitir la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos, y la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing.

- Comprender y llevar a la práctica la segmentación de mercados.
- Analizar el entorno.
- Comprender el comportamiento del consumidor.
- Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa, entre otros.

#### Contenido:

- Marketing Estratégico.
- Comportamiento del consumidor.
- Imagen, marca y reputación.

### Módulo III. FINANZAS, PRESUPUESTOS Y ANÁLISIS

**Objetivo:** introducir al estudiante en los conceptos fundamentales de la información económico-financiera de la empresa y de los documentos donde se soporta (Balance, Cuenta de Resultados, Plan de Tesorería, Sistema de Costes, Plan de Inversiones, Financiación, etc.).

La adecuada comprensión y manejo de la información económico-financiera es clave para la correcta toma de decisiones empresariales y la optimización de resultados.

**Contenido:**

- Contabilidad Financiera.
- Análisis de Resultados.
- Evaluación y Planificación de Inversiones.

### Módulo IV. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TOMA DE DECISIONES DE MARKETING

**Objetivo:** enseñar cuáles son las diferentes fuentes y técnicas para la obtención de información objetiva, como base del proceso de toma de decisiones en el ámbito comercial y de Marketing.

- Desarrollo de técnicas cualitativas y cuantitativas de la investigación comercial.
- Diseño de cuestionarios, análisis de datos e información.
- Aplicación al proceso de toma de decisiones.

**Contenido:**

- Investigación de Mercados.
- NeuroMarketing: El origen de la Neuroeconomía y del Neuromarketing; cómo funciona el cerebro del consumidor.



### Módulo V. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y PRECIO

**Objetivo:** desarrollar conceptos, técnicas y herramientas que permitan configurar y optimizar el portfolio de productos de la empresa. Todo ello irá siempre en función del ciclo de vida del producto/s y de la posición de la empresa en su mercado.

- Aplicación regular, metódica y crítica de todas las técnicas, recursos y metodologías del Marketing mix.
- Estudio de estrategias de Marketing directamente relacionadas con el producto en su dimensión individual o para una gama/cartera de productos.
- Análisis de los precios en los mercados actuales, así como de los aspectos clave que los condicionan.
- Técnicas para la fijación y determinación de precios de un producto dentro de una estrategia de Marketing integrada.

**Contenido:**

- El Producto en su dimensión Individual.
- Los atributos del Producto.
- El Producto y el resto de elementos del Mix de Marketing.
- Pricing: El precio de un Producto.
- La fijación de precios.
- Marco actual del Pricing.

### Módulo VI. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

**Objetivo:** desarrollar los conocimientos y habilidades directivas que pueden ser útiles para: gestionar la comunicación en una empresa, gestionar las relaciones con los servicios externos de comunicación, y capacitar para optimizar la comunicación integral de la empresa.

- Publicidad e imagen.
- Campañas de comunicación y promoción.
- Planes de comunicación y planes de medios.

**Contenido:**

- Comunicación estratégica: ATL.
- Comunicación estratégica: BTL.

## Módulo VII. MARKETING DIGITAL

**Objetivo:** capacitar al estudiante para el manejo estratégico y operativo de las variables básicas del Mix de Marketing aplicadas al entorno digital. Con este módulo el estudiante comprenderá los conceptos SEO/SEM, como elemento básico para optimizar la presencia en la red, y conocer y manejar las herramientas básicas para el gestor de Marketing online.

- Elaboración de campañas de mailing y Marketing viral.
- Desarrollo y optimización de websites.
- Social Media y las principales redes sociales.
- Manejo de las principales herramientas de control y seguimiento de resultados, a través de técnicas de analítica web.

### Contenido:

- El Mix de Marketing online.
- SEO/SEM: claves para un buen posicionamiento.
- Social Media y Community Manager.

## Módulo VIII. DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS

**Objetivo:** transmitir los conocimientos y competencias que le permitan al estudiante organizar la actividad comercial y de Marketing de la empresa frente a los actuales contextos de mercado. Conocer la importancia estratégica que ha adquirido el cliente y la competencia ha obligado a las empresas a emprender las denominadas reingenierías comerciales.

- Key Account Management, Clients Management, Trade Marketing y Claims Management.
- Estudio para la organización y manejo de redes de ventas.
- Análisis de los factores que conforman el contexto de las relaciones proveedor-cliente, y como éstos afectan las negociaciones comerciales.

### Contenido:

- Dirección y gestión de la Fuerza de Ventas.
- Técnicas de negociación comercial.

## Módulo IX. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA

**Objetivo:** enseñar los conocimientos y competencias para manejar los diferentes canales de distribución, decidir las estrategias más efectivas según los condicionantes de mercado y la posición de la empresa en el mismo, conocer los procesos de comercialización y cómo los distintos canales y circuitos existentes condicionan las decisiones estratégicas comerciales y de Marketing de la empresa. Al mismo tiempo, también se desarrollan los temas relacionados con la gestión logística, el mantenimiento de la cadena de suministro, abastecimiento y distribución de los productos, etc.

### Contenido:

- Distribución Comercial.
- Logística.

## Módulo X. CRM Y MARKETING RELACIONAL

**Objetivo:** orientar al estudiante a profundizar en la importancia del 'Customer Relationship Management' o gestión de relaciones con los clientes y en las implicaciones para la empresa.

- Estudio de la importancia y del desarrollo de un programa relacional a nivel organizacional.
- Objetivos estratégicos de un programa CRM.
- Elaboración, análisis y diagnóstico de la cartera de clientes.
- Desarrollo y análisis de estrategias, técnicas y herramientas para la implantación del CRM.
- Estudio de las TIC aplicadas a la gestión de clientes.
- El concepto de valor del cliente y las estrategias de crecimiento interno.
- Desarrollo del concepto de calidad de servicio y atención al cliente.
- Conocimiento y desarrollo de técnicas para la fidelización de clientes.

### Contenido:

- La Relación con el Cliente: claves del Marketing Relacional.



## Módulo XI. PLAN DE MARKETING

**Objetivo:** aprender la importancia y necesidad de planificar la actividad comercial y de Marketing en las organizaciones con tal de gestionar y optimizar los recursos disponibles. Para ello estudiará a fondo los aspectos y condicionantes internos de la organización que deben ser considerados frente al análisis previo al proceso de toma de decisiones estratégicas, los condicionantes externos a analizar por la organización y como éstos se estructuran (entorno y mercado).

- Metodología para la realización de un diagnóstico de los procesos de planificación.
- El proceso de planificación estratégica con tal de poder competir con éxito en el mercado.
- La planificación: destinada a la toma de decisiones clave en relación a las distintas áreas y variables que van a determinar la actividad comercial y Marketing de la empresa.
- Ejecución: asegurando que las estrategias propuestas se convierten en hechos y actuaciones en el mercado.
- Control como sistema de seguimiento y valoración de lo previsto versus lo realmente realizado y logrado.

### Contenido:

- Cómo elaborar un Plan de Marketing.

## Módulo XII. HABILIDADES DIRECTIVAS

**Objetivo:** desarrollar en el estudiante los valores, actitudes y habilidades sociales y personales básicas de un profesional. Al mismo tiempo, está orientado al desarrollo de capacidades, aptitudes y actitudes profesionales que optimicen la labor directiva y de gestión del profesional del Marketing. En este módulo el participante se verá inmerso en distintos escenarios de:

### Contenido:

- Negociación.
- Manejo de las distintas técnicas de comunicación.
- Liderazgo.
- Motivación.
- Ética profesional.
- Toma de decisiones.





## PROGRAMA DE ESTUDIO: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

### DURACIÓN

- Duración total del Máster: 1.500 h.
- Duración clases lectivas en formato presencial: 450 h.
- Duración clases lectivas en formato semipresencial: 104 h.

### Módulo I. DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

**Objetivo:** aproximar al estudiante a la realidad del funcionamiento y composición de las organizaciones, haciendo especial hincapié en las organizaciones empresariales.

El estudiante adquirirá una visión eminentemente práctica del contenido de este módulo, profundizando en las lecturas de casos prácticos y libros que se proponen, los cuales ejemplifican los contenidos de cada materia teórica impartida.

#### Contenido:

- Procesos de Dirección y Gestión en la Empresa.
- Estructura y modelos organizativos en el contexto empresarial actual.
- Organización Interna de la Empresa. Clima Organizacional.

### Módulo II. ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

**Objetivo:** abordar los conceptos y aplicaciones del plan estratégico en situaciones empresariales reales.

El estudiante conocerá, seleccionará y aplicará las diferentes herramientas de análisis interno y externo en función de la situación, lo que facilitará la selección e implementación de un plan estratégico a partir del diseño interno consistente y coherente.

#### Contenido:

- Estrategia: objetivos, proceso estratégico y formulación.
- Análisis estratégico, implementación y desarrollo del plan estratégico. El cuadro de Mando Integral.

### Módulo III. DIRECCIÓN FINANCIERA

**Objetivo:** facilitar la comprensión de la estructura financiera y el grado de acoplamiento óptimo, las técnicas propias de la contabilidad, el tratamiento y análisis de la información contable y las técnicas de control del uso de los recursos en la actividad empresarial.

**Contenido:**

- Introducción a las finanzas. Sistemas de dirección financiera. Contabilidad general y financiera.
- Cash & credit management. Gestión de costes.
- Valoración de Empresas

### Módulo IV. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DEL CAPITAL HUMANO

**Objetivo:** adquirir una visión integrada y dinámica del rol estratégico de la Dirección de RRHH, y su grado de vinculación entre la estrategia empresarial, la gestión de las personas y la estructura organizacional.

Conocer la eficacia y eficiencia de la implantación de las políticas de recursos humanos, acordes con los objetivos estratégicos de la dirección de personas en la organización, profundizaremos en el conocimiento de los diferentes sistemas de control, con la finalidad de identificar las prácticas adecuadas, los posibles fallos y proponer soluciones y sugerencias de mejora.

**Contenido:**

- Escenario y organización del Capital Humano en la Empresa.
- El enfoque estratégico de la Dirección del Capital Humano.
- Sistemas de Control y Gestión en la Dirección de Personas: Auditoría de RR.HH.

### Módulo V. GESTIÓN DE INTEGRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE PERSONAS

**Objetivo:** profundizar en las diferentes herramientas y técnicas de planificación de plantillas de personal, organización y descripción de puestos de trabajo con el objetivo de conocer la dinámica de elaboración de perfiles, y métodos tradicionales y contemporáneos de selección de personal y gestión por competencias.

**Contenido:**

- Planificación de plantillas, descripción de puestos, reclutamiento, selección y socialización de personas.
- Gestión por competencias.

### Módulo VI: DESARROLLO DEL POTENCIAL HUMANO

**Objetivo:** conocer las nuevas exigencias a las que se enfrentan las empresas en términos de conocimientos, desarrollo de habilidades y capacidades, para hacer frente a las necesidades estratégicas de posicionamiento, diversificación, expansión o internacionalización.

Paralelamente, conocerás cómo la identificación del potencial y la gestión del talento responden a un objetivo estratégico, y cómo la existencia de planes de carrera y sucesión facilita la retención y la elaboración de sistemas de evaluación del desempeño eficaces que involucren a los directivos y mandos en desarrollo de sus equipos.

Adicionalmente profundizarás en el estudio de dos herramientas de desarrollo profesional: el coaching y el mentoring.

**Contenido:**

- Formación y evaluación de la formación.
- Identificación del potencial. Gestión del talento.
- Planes de carrera y sucesión.
- Evaluación del desempeño.
- Coaching Ejecutivo y Mentoring como herramienta de desarrollo.

### Módulo VII: SISTEMAS DE RETENCIÓN DE PERSONAS

**Objetivo:** profundizar en los sistemas de remuneración del trabajo, con el fin de entender los aspectos de atracción, motivación y retención del talento desde los componentes de la retribución salarial.

Adicionalmente, conocerás cómo la implantación de medidas de conciliación laboral es uno de los principales retos a los que se enfrenta el mundo empresarial actual.

**Contenido:**

- Diseño y gestión de las políticas de retribución y compensación.
- Conciliación laboral.



## Módulo VIII: COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN DE PERSONAS

**Objetivo:** conocer cómo las diferentes estructuras organizativas determinan el estilo de comunicación y el uso de diferentes herramientas de diálogo y divulgación de la información. En este módulo conoceremos la importancia del desarrollo de un Plan de Comunicación Interna, sin olvidar la importancia que su despliegue produce en el seno de una cultura organizativa propia.

### Contenido:

- Comunicación interna y difusión de la Gestión de Personas.

## Módulo IX: EL DIRECTIVO DEL SIGLO XXI

**Objetivo:** concienciar al estudiante sobre los nuevos estilos de liderazgo existentes. El estilo de dirección flexible, capaz de involucrar, impulsar y desarrollar el talento.

### Contenido:

- Los nuevos retos en la dirección de personas. El papel del directivo como Coach.
- Liderazgo Transformacional. Inteligencia organizacional.
- Liderar y gestionar equipo de trabajo de alto desempeño.

## Módulo X: DESARROLLO DIRECTIVO

**Objetivo:** conocer las competencias clave que añaden valor al rol del directivo en materia de dirección y gestión de personas. Así mismo, el participante podrá profundizar en el estudio y desarrollo de las habilidades profesionales que permiten una mayor adaptación a las exigencias del mercado laboral y a los diferentes y actuales modelos productivos y organizativos.

### Contenido:

- Dirección y comunicación empresarial.
- Técnicas para la toma de decisiones, negociación y liderazgo.

## Módulo XI: GESTIÓN DEL CAMBIO

**Objetivo:** aprender cómo implementar y gestionar el cambio en una organización para lograr un crecimiento óptimo y una máxima eficacia desde el punto de vista estratégico y organizativo.

### Contenido:

- Liderar y gestionar con éxito el cambio cultural organizativo.



## PROYECTO FIN DEL MASTER\* DE LA DOBLE TITULACIÓN:

Para la doble titulación en Máster en Marketing y Dirección Comercial y el Máster en Recursos Humanos se elabora un plan fin de Máster común, que tiene como principales objetivos:

- Aplicar los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno a lo largo de todo el programa Máster.
- Sentir las mismas sensaciones que tiene el profesional en su entorno laboral.
- Disfrutar con los resultados del trabajo bien hecho, pero al mismo tiempo conocer las dificultades que siempre supone lanzar un Plan de Negocio.

Para la elaboración del anteproyecto y del proyecto, el estudiante contará con el asesoramiento de un Tutor Personalizado durante la duración del mismo y paralelamente con la ayuda especializada de todo el Claustro Académico, con lo que, el Proyecto Fin de Máster se convierte en un trabajo de auténtica consultoría especializada.

EUDE Business School apuesta por las buenas ideas y el emprendimiento, por lo que te damos la oportunidad de convertir tu "Proyecto de Papel" en un "Proyecto Real", a través del programa "EUDE Emprende".

\* El PFM será obligatorio para los estudiantes en la modalidad presencial. El resto de Modalidades están exentas de este requisito a excepción de aquellos alumnos que hayan optado por el Máster de Acceso a la titulación oficial.



## CONVALIDACIONES DEL MÁSTER EN MÁRketing Y DIRECCIÓN COMERCIAL Y EL MÁSTER EN RECURSOS HUMANOS

Los estudiantes que accedan a la doble titulación se podrán beneficiar del sistema de convalidaciones vigente en EUDE Business School. Al cursar la doble titulación de en Máster en Marketing y Dirección Comercial y el Máster en Recursos

Humanos, el estudiante tendrá convalidadas las siguientes áreas de conocimientos del Máster en Recursos Humanos, por lo que se encontrará eximido tanto de asistir a clase como de desarrollar las actividades de evaluación fijadas:

### ÁREA DE CONOCIMIENTO

Gestión Contable y Finanzas Operativas

Análisis de Información Financiera

Valoración de Proyectos y Empresas

Estrategia: Objetivos, proceso estratégico y formulación

Técnicas para la toma de Decisiones, Negociación y Liderazgo

La comunicación. Desarrollo de las competencias Directivas en la Empresa

## CLAUSTRO ACADÉMICO

### ■ D. Juan Díaz del Río (Director del Programa MBA)

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid; Responsable de la División Estratégica de Negocio de la Consultora NEXOR ADVERTIS; Subdirector del Área de Operaciones en AUNA Telecomunicaciones (actual ONO). En la parte académica fue Director Ejecutivo del Programa Intensivo de Dirección de Empresas en el Instituto San Telmo y es coautor del libro "Distribución Comercial Aplicada".

### ■ D<sup>a</sup>. Laura Monteagudo (Profesora del Área de Marketing)

Licenciada en Dirección y Administración de Empresas, Especializada en Marketing y en E-Commerce y continuamente vinculada a los medios online. Actualmente forma parte del claustro de profesores fijos de EUDE Business School, aunque también colabora con ESDEN y el programa de Formación a Directivos que desarrolla ERICKSON MADRID en la parte de Comunicación. Cuenta con una larga trayectoria vinculada al emprendimiento online, en su último proyecto fue socia fundadora y directora en The Yigibee Company, start up española centrada en identificar los gustos de los consumidores para conseguir descuentos privados. Anteriormente, desarrolló su carrera profesional en Lancôme, dentro del Grupo L'Oréal, como Jefe de Producto de Maquillaje y en agencias de publicidad como Contrapunto y Young & Rubicam.

### ■ D. Jesús Sarria (Profesor del Área de Finanzas)

Licenciado en Ciencias Económicas; Máster Executive en Dirección de Entidades Financieras por el IEB; Máster en Datamining y Aprendizaje Estadístico; Programme International Financial Markets por la London School of Economics; Autor de diversos artículos y libros como el último publicado "Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF) como alternativa a los problemas de financiación de las PYME en España; Executive Director en CAPITAL SWAP. Como docente ha colaborado con la Universidad Autónoma de Occidente en Cali (Colombia) y en España en el IEB.

### ■ D. Joaquín Danvila (Profesor del Área de Herramientas del Marketing Digital)

Ingeniero Superior de Minas por la Universidad Politécnica de Madrid. Director de Negocio at NOVANCA, Caja de Crédito Cooperativo (Caja Rural); Director de Desarrollo de Negocio y Marketing en SEUR INTERNACIONAL; Consultor de Negocios, Marketing y Procesos en SOLUZIONA y Adjunto a la Dirección de Organización y Calidad en

FENOSA. En la parte docente ha colaborado con Entidades Educativas como: UDIMA, ADE o CEF.

### ■ Marta Panera (Profesora del área de Social Media)

Directora Internacional de Comunicación y RRPP de Showroomprive.com y responsable de Desarrollo de Negocio de la compañía en los países mediterráneos. Licenciada en Periodismo y Comunicación Social (Universidad de Gales, Reino Unido), especializada en marketing (ICEMD- ESIC). Marta Panera ha sido Head de la División Online y Directora de Comunicación Corporativa y de Producto en la agencia de RRPP Marco de Comunicación, Directora de Comunicación para clientes internacionales de Publicis Group en España. Directora de Desarrollo de Negocio de la red de RR.PP. ECCO International Communications y periodista en Grupo Prisa. Ponente habitual en congresos de Marketing y e-Commerce y profesora de Reputación, Comunicación Corporativa y Marketing en centros universitarios. Bronze Global Mercury Award en la categoría "Web Sites/Emerging Media: Social Network" por la campaña Take Beauty Online para Unilever (TRESemmé).

### ■ D. Jose Luís Ferrero (Profesor del Área de Herramientas del Marketing Digital)

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia; Máster en Gestión Comercial y Dirección de Marketing en ESIC; Posgrado en Dirección de Empresas en IESE; Máster en Marketing Digital en EUDE Business School; Especialista en eCommerce y Desarrollo de Negocio. Actualmente liderando el equipo de Philips en España; Ponente en eventos Internacionales como eDealsummit Londres, TeComm Rumanía y DMA 2013 en Chicago. Ponente en eventos de Marketing Digital nacionales como TheeShow, del Off al On, Webcongress, OMexpo, AECOC Electro y apertura del año académico de ESC/EAP Paris; Profesor Asociado de eCommerce y Marketing Digital en ICEMD/ESIC y EUDE Business School. Miembro fundador y Vicepresidente del Club de Dirigentes de Comercio Electrónico. Miembro fundador de ANAGAM (Asociación Nacional de Gamificación y Marketing Digital). Gestor experimentado en B2B y B2C, responsable de actividades de Marketing y Ventas en entornos Online y Offline. Experto en trabajo con equipos remotos.

### ■ D. Javier Lozano (Profesor del Área de Logística, Operaciones y Calidad)

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid; Socio Fundador de CONSPROY y Director de Marketing y Relaciones

Empresariales del Parque Tecnológico de Andalucía; Autor de diversos libros y artículos relacionados con Logística y Marketing; Colabora desde hace tiempo con Escuelas de Negocio entre las que destacan EOI, Escuela de Negocios y Dirección o EUDE Business School.

■ **D. Jorge González (Profesor del Área de Herramientas del Marketing Digital)**

Licenciado en Derecho por la UCM; Máster en Business Administration, Marketing por ESCP Europe; Máster en Marketing Digital por EUDE Business School; Director de Marketing y responsable canales Venta Directa y ecommerce JULIAN MARTIN. Coordinador de eventos Efood. Responsable (creación y desarrollo) de Jamonturismo; Director de desarrollo de productos lácteos en PLN Distribución; Jefe de Grupo Internacional para CARREFOUR; Product Manager en Wella. Como docente ha colaborado con EAE y EUDE Business School.

■ **D. Paolo Lombardo.**

Licenciado en Psicología por la Universidad Central de Venezuela; Máster en Coaching Personal, Ejecutivo y Empresarial en EUDE Business School; Especialista en Desarrollo Organizacional por la Universidad Andrés Bello. En la actualidad es Director de Contenidos y Tutorías en EUDE Business School y profesor del área de RR.HH y Coaching; Con anterioridad fue Director de Recursos Humanos en PANDOCK C.A. y Profesor de la Universidad Central de Venezuela.

■ **D. Javier Sastre (Profesor del Área de Estrategia y Organización)**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá de Henares. Executive MBA por el Instituto de Empresa. Programa de Dirección General por IESE.

Candidato a Doctor por la Universidad Pontificia Comillas-ICADE. Ha ocupado diversas posiciones directivas en empresas tanto nacionales como multinacionales: Director de Recursos Humanos de IMS Health, Director de Recursos Humanos de ASEFA, Director de Recursos Humanos, SPA (Servicios y Proyectos Avanzados), Diversas posiciones de Dirección en RRHH en el Grupo PSA-PEUGEOT-CITROËN; Director de Operaciones de EUDE Business School; Socio Director de Criscia Consultoría y experto en procesos de transición de carrera, ha llevado a cabo procesos de reorganización y redimensionamiento en numerosas empresas nacionales e internacionales. Ha sido Profesor del Área de Recursos Humanos en la Universidad de Alcalá de Henares y la Universidad Autónoma de Madrid.

■ **D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Isabel Villares Escalona**

Licenciada Psicología Industrial. Master en Dirección y Organización de RRHH. Responsable de selección y formación en GMC Consultores durante 6 años. Responsable de selección, formación y desarrollo en Euomaster (Grupo Michelin). Directora de RRHH en Euomaster (Grupo Michelin). Socia Directora de la consultora Influencia Organizativa.



## INSTALACIONES DE EUDE BUSINESS SCHOOL

### CAMPUS DE ARTURO SORIA (MADRID)

Enfocado a la excelencia académica, el Campus de Arturo Soria, ofrece una variada oferta de titulaciones de postgrado centradas en el desarrollo profesional y competencial del estudiante.

La vida académica, profesional y personal se complementan equilibradamente en el Campus de Arturo Soria. EUDE Business School cuenta con dos edificios con más de 3.500m<sup>2</sup> útiles, a los que se suman más de 6.000m<sup>2</sup> propios de zonas comunes y cafetería propia.

El acceso al Campus de Arturo Soria es sencillo ya que se encuentra en el corazón de Madrid. La conexión es directa a través de transporte público y, en caso de disponer de coche, contamos con aparcamiento gratuito en los alrededores de las instalaciones.

Más de 50.000 alumnos formados a lo largo de dos décadas son el mejor aval de EUDE Business School en la incansable apuesta por la excelencia académica, la vanguardia tecnológica, la empleabilidad y la conexión con el entorno empresarial a través de sus directivos docentes, seminarios y jornadas de networking.

Fruto de todo este trabajo, los másteres de EUDE Business School han ocupado las primeras posiciones en diversos Rankings de Escuelas de Negocio a nivel nacional e internacional, con especial referencia a la formación online.



### CAMPUS VIRTUAL EUDE

EUDE Business School apuesta por la formación de profesionales a nivel global, creando soluciones a las limitaciones geográficas y de horarios a través de un innovador método académico basado en un **Campus Virtual que ha sido reconocido como la mejor plataforma para la formación e-learning a nivel europeo.**



## EMPRESAS COLABORADORAS CON EUDE BUSINESS SCHOOL

EUDE Business School ofrece una formación innovadora y adaptada a la realidad laboral, complementada con un **departamento interno de Orientación Profesional que gestiona más de 1.200 convenios con empresas**. Estas alianzas nos permiten ofrecer un amplio abanico de

prácticas, a través de una **plataforma de empleo propia**, que avalan la continuidad de su formación práctica y la evolución laboral a todos los profesionales formados en EUDE Business School.

Algunas de las empresas destacadas con las que EUDE Business School tiene convenio a nivel nacional e internacional son:

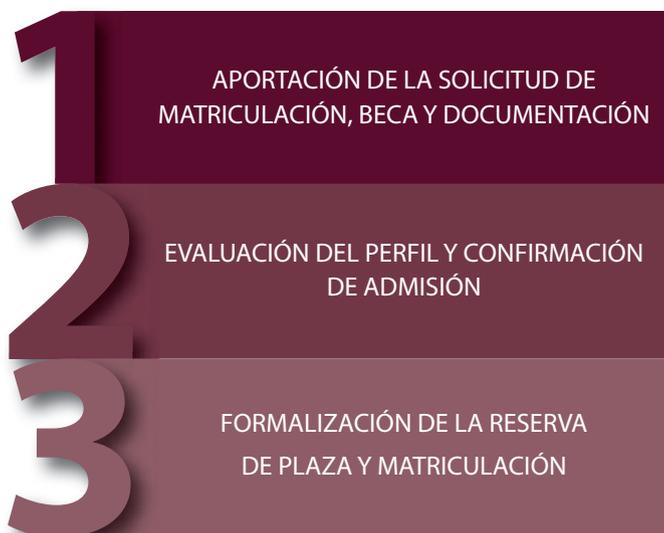


## PROCESO DE ADMISIÓN

El proceso de matriculación en EUDE Business School se puede llevar a cabo durante todo el año, si bien la inscripción en cualquiera de sus programas está supeditada a la evaluación y aceptación de los estudiantes, así como a la existencia de plazas vacantes en el turno elegido.

**Nuestro equipo de asesores académicos te ayudará a elegir el Máster o modalidad que mejor se adecúa a tus necesidades formativas** en base a tus inquietudes y perfil profesional, garantizando así el éxito de tu formación.

**El asesoramiento no supone ningún coste ni compromiso para el candidato.**



Para recibir un asesoramiento personalizado, puedes dirigirte a nuestro Campus, ubicado en la calle Arturo Soria 245 (Madrid), o bien contactando con nosotros a través de nuestro teléfono 91 593 15 45 o el correo electrónico [admisiones@eude.es](mailto:admisiones@eude.es). Ponemos a tu disposición diferentes modalidades de pago y financiación. Infórmate de nuestras becas y ayudas al estudio.

## SELLOS DE CALIDAD Y RECONOCIMIENTOS

### ISO 9001:2008



La norma ISO 9001:2008 indica los requisitos que debe cumplir una organización para que su Sistema de Gestión de la Calidad pueda ser certificado por una entidad acreditada (en el caso de EUDE Business School, Bureau Veritas).

### MADRID EXCELENTE



El sello Madrid Excelente analiza la calidad global de la gestión de la empresa. Para obtener la certificación Madrid Excelente las empresas son analizadas de forma global (360 grados), prestando especial atención a la innovación, la responsabilidad social, la satisfacción de las personas y la contribución activa al desarrollo de la región. El sello reconoce y certifica la calidad y la excelencia en la gestión de la empresa de la escuela, lo que supone un reconocimiento oficial del gobierno de la Comunidad de Madrid.

### CLADEA



El Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración – CLADEA, es una de las redes más importantes de Escuelas de Negocios a nivel mundial. Esta organización internacional provee un sistema de cooperación a nivel global y mantiene vínculos de membresía recíproca con las principales instituciones académicas del mundo.



### Asociación Española de Escuelas de Negocios, AEEN

La Asociación Española de Escuelas de Negocios, AEEN, es una agrupación creada para proteger y fortalecer el valor de las escuelas privadas y especialmente de los másters profesionales como vía de acceso al mercado laboral y herramienta de crecimiento para las empresas. EUDE Business School es una de las escuelas que fundaron esta asociación de 2008.



### Asociación Nacional de Centros de e-Learning y Distancia, ANCED

Desde su creación, el objetivo de la Asociación Nacional de Centros de e-Learning y Distancia ha sido la de potenciar y defender los intereses de sus centros asociados a la vez de ofrecer a sus alumnos un alto nivel en la calidad de enseñanza, garantizando a éstos una formación controlada por profesores y tutores especializados y asesorar a los Centros miembros de la ANCED sobre metodología, pedagógica, tutorías y nuevas tecnologías.



### EFMD

EFMD (European Foundation for Management Development), una de las 3 organizaciones más prestigiosas del mundo en el sector de la formación de negocios. Gracias a ello, existe la posibilidad de acceder a acreditaciones fundamentales como el EQUIS, y de formar parte de un importante foro de intercambio de conocimientos, experiencias y networking. Concretamente, para el alumno, tiene la ventaja de poder contar con un nuevo puente de unión que le acerque a las empresas, poder asistir a las numerosas conferencias que la EFMD organiza, y la garantía de haber elegido una escuela reconocida internacionalmente.



### ISO 14001:2004

La norma ISO 14001:2004 indica los requisitos que debe cumplir una organización para que su Sistema de Gestión Ambiental pueda ser certificado por una entidad acreditada (en el caso de EUDE Business School, Bureau Veritas).

