



MÁSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL

(PRESENCIAL / ONLINE / SEMIPRESENCIAL)

DATOS CLAVE

Modalidades: Presencial, online o semipresencial.

Duración: 1.500 h equivalente a 60 créditos ECTS.

Fechas de inicio: Octubre 2014 y marzo 2015 (presencial); cada 15 días (semipresencial y online).

Horario presencial: Turno de mañana y turnos de tarde.

Horario semipresencial: un sábado al mes

**(Para residentes en España)*

Ubicación: Campus de Arturo Soria (Madrid).



El Máster en Comercio Internacional de EUDE Business School te prepara para asumir puestos de responsabilidad y dirección en el área de internacionalización de la empresa. Superando el Máster en Comercio Internacional adquirirás las siguientes competencias profesionales y personales:

- Asumirás la responsabilidad de las decisiones estratégicas que se adopten en el proceso de internacionalización.
- Te familiarizarás con los procesos de globalización mundial del comercio internacional y la economía.
- Tendrás una visión, los conocimientos y las habilidades necesarias para dirigir y gestionar los negocios en mercados internacionales, organizando las operaciones asociadas a los mismos.
- Contarás con los conocimientos necesarios en modelos de Contratación Internacional y la Tributación que mantienen la Logística y el Transporte a escala internacional, el Comercio Electrónico y las Nuevas Tecnologías 2.0.
- Conocerás las herramientas prácticas para llevar a cabo labores de dirección relacionadas con el comercio y las inversiones internacionales.
- Analizarás las diferentes áreas de negocio que afectan directa y globalmente al comercio internacional y aplicarás las distintas estrategias y políticas de Marketing, adaptadas al mercado exterior.

“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 diferenciales del Máster en Comercio Internacional 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. El estudiante puede preparar individualmente o en grupo los contenidos teóricos o los casos a desarrollar posteriormente y aprovechar el tiempo de clase para la exposición y reflexión de todo lo aprendido. 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 (Telefónica, Deloitte, DHL, Inchaersa, Geindesa, Debebé o Drommer Consulting).
- 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 la **Plataforma Learning Desk** 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 al programa Máster en Comercio Internacional **logramos que el futuro gerente de empresa tenga una visión 360 grados del Comercio Internacional y de todos los procesos de internacionalización**.

Un programa que se precie debe estar apegado a la realidad. Por eso, el programa Máster 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 del Comercio Internacional**,

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 del Máster no es sólo terminarlo 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 ESTUDIOS

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 (clases de inglés, talleres, seminarios, conferencias, mesas redondas, visitas a empresas, etc): 130 h.

ÁREA DE CONOCIMIENTO: GESTIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Objetivo: En un mundo globalizado y cambiante como el que vivimos, es indispensable que las empresas tiendan a plantear su negocio en un mercado que no sea tan solo el doméstico, tener una visión global y conocer las distintas estrategias y recursos necesarios que puede aplicar una empresa para alcanzar el éxito en mercados internacionales.

El objetivo de este área es por tanto, transmitir un grado avanzado de conocimiento de las reglas del juego en comercio internacional.

Se pretende con ello que el alumno sea capaz de:

- Enfrentarse a los diferentes retos que se le plantean a la empresa cuando acomete su proceso de internacionalización,
- Conocer todos los aspectos operativos propios del negocio internacional y comprender su fundamentación.
- Familiarizar al alumno con los procesos de globalización mundial del comercio y la economía.
- Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución ante la dificultad surgida en entornos externos.

Contenido:

- Manejo de los Incoterms.
- Documentación utilizada en las transacciones internacionales.
- Principios básicos de la logística aplicable.
- Distinción en los procesos aduaneros, dentro de la UE y con terceros países.
- Tratamiento arancelario y de IVA de las operaciones internacionales.
- Diferente visión del comercio exterior, entre el exportador y el importador.

ÁREA DE CONOCIMIENTO: SELECCIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EXTERIORES

Objetivo: La exportación requiere una selección de mercado inicial, donde se determinen las características específicas del país o región donde se quiere exportar.

Se trata por tanto de identificar aquellos mercados potencialmente más interesantes para la empresa, analizando con ello el interés de nuestro negocio en el posible país de destino, así como las dificultades de entrada,

con la finalidad de introducirnos en dicho mercado a través de exportaciones sostenidas y planificadas.

Con este área se pretende que el alumno sea capaz de:

- Analizar los condicionantes internos de una empresa, del mercado local y del entorno en el que opera, para poder alcanzar una exportación de éxito.
- Evaluar y seleccionar mercados de forma adecuada a nuestras necesidades de comercialización.
- Dominar las claves de internacionalización con la finalidad de convertirlas en ventajas competitivas para la empresa.
- Establecer estrategias empresariales eficaces y eficientes para introducirse en los diferentes mercados elegidos.

Contenido:

- Coyuntura actual mundial.
- La PYME y su rol.
- El Entorno Internacional: Razones para internacionalizarse.
- Investigar un Mercado Internacional.
- Etapas de la Internacionalización.
- Cuestiones básicas para investigar un Mercado Internacional.
- Factores relevantes y criterios claves para la selección.
- Sistemas de Información de Marketing, S.I.M.
- Fuentes / Sistemas de Información.
- Métodos y Técnicas de Investigación, aplicados a la Investigación de Mercados.
- Penetración en Mercados Internacionales: Fórmulas de entrada.



ÁREA DE CONOCIMIENTO: LA EMPRESA ANTE LA EXPORTACIÓN

Objetivo: La exportación es un proceso mediante el cual las empresas tratan de sacar el máximo partido para posicionar con éxito sus productos y servicios en los mercados externos.

Se pretende con este área formar a profesionales permitiéndoles una proyección de éxito en la gestión empresarial más allá de sus fronteras, desarrollando una buena toma de decisiones en el ámbito de la exportación y brindando con ello una formación adaptada a la demanda y oferta del mercado exterior, fortaleciendo su capacidad de detección de oportunidades empresariales en el entorno internacional.

Se pretende con ello que el alumno sea capaz de:

- Aplicar los conocimientos adquiridos, habilidades de investigación y capacidad de adaptación a nuevas situaciones de mercado.
- Ser capaz de comprar en un mercado internacional productos a los mejores precios y exportarlos obteniendo la mayor rentabilidad.
- Abordar con éxito el objetivo de competir en mercados internacionales.
- Conocer las diferentes barreras comerciales que actualmente existen y que pueden limitar y perjudicar su introducción en el mercado destino.

Contenido:

- Instrumentos para el análisis macroeconómico.
- Globalización y Comercio Internacional.
- Panorama de los mercados internacionales en la actual situación económica, social y política en el mundo.
- Cooperación e integración económica internacional.
- Instituciones económicas internacionales.
- Desarrollo humano en el contexto de la mundialización económica.
- Economías emergentes.
- El comercio exterior y sus implicaciones en el Plan Estratégico de la Empresa. Proceso de reflexión estratégica.
- Empresas con experiencia y sin experiencia en exportación. Factores críticos de éxito en un entorno internacional. Capacidades y fortalezas de la empresa.
- Identificación de barreras ante la internacionalización.

ÁREA DE CONOCIMIENTO: CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

Objetivo: Dentro del entorno actual de globalización, surge la necesidad de hacer uso de un instrumento jurídico regulador que sustente y garantice una buena transacción internacional.

Con este área formativa se pretende dar una visión clara y práctica de las características esenciales de la contratación internacional, haciendo especial hincapié en la problemática de la ley aplicable y los mecanismos de resolución de conflictos, identificando y valorando el cumplimiento de las obligaciones adquiridas y concluyendo con el estudio de las distintas tipologías de contrato más utilizados en el comercio internacional.

Se pretende que el alumno sea capaz de:

- Identificar y aplicar los distintos condicionantes de un contrato internacional.
- Conocimiento para elaborar un contrato internacional y legislación aplicable en cada caso.
- Identificar las posibles prácticas restrictivas de la competencia, así como los abusos de posición de mi cliente o proveedor.
- Capacidad para identificar los distintos mecanismos de resolución de controversias internacionales.

Contenido:

- La Contratación Internacional.
 - Elementos básicos de la contratación Internacional
 - Tipos de contratos internacionales.
 - Sujetos operativos.
 - Perfeccionamiento del contrato.
 - El contrato de venta internacional.
 - Los contratos de intermediación comercial.
- El Arbitraje Internacional
 - ADR (Alternative Dispute Resolution). Clasificación y tipología. Mediación, arbitraje y conciliación.
 - Arbitraje internacional. Definición. Clases de arbitraje.
 - Descripción del proceso arbitral.
- Fiscalidad internacional:
 - IVA en las transacciones internacionales. Operaciones intracomunitarias, importación y exportación.
 - Convenios para evitar la doble imposición internacional.
 - Deuda aduanera.



ÁREA DE CONOCIMIENTO: LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS

Objetivo: El sector logístico dentro del comercio internacional presenta una importancia significativa, es de especial interés una búsqueda de reducción de costes sin disminuir con ello la eficacia y calidad en las cadenas logísticas, tanto a nivel de exportación como importación, obteniendo una visión global del movimiento de los flujos materiales y de información.

Se abarcará los conceptos fundamentales de la logística, conociendo la funcionalidad y características esenciales de las principales infraestructuras de soporte y apoyo al transporte, mantenimiento de la cadena de suministro, así como el abastecimiento y distribución de los productos de la empresa en el mercado internacional.

Con este área el alumno será capaz de:

- Conocer los distintos intervinientes en las operaciones de exportación e importación, así como la documentación necesaria que le acompaña y certifica cada proceso logístico.
- Adquirir la habilidad suficiente para resolver los problemas logísticos que a la empresa se le pueda presentar.
- Conocimiento y capacitación de labores de control, gestión y dirección en la gestión de almacenes.
- Conocimiento de los distintos aspectos técnicos de cada uno de los modos de transporte.

Contenido:

- La Logística Internacional.
- Almacenes y reparto de rutas.
- Protección física de la mercancía.
- Manipulación integral de la carga.
- Transporte interior e internacional.

- El seguro de mercancías.
- Transporte de mercancías peligrosas.
- El transporte terrestre: carretera y ferrocarril.
- El transporte marítimo.
- El transporte aéreo y multimodal.
- Elección del medio y coste del transporte.

ÁREA DE CONOCIMIENTO: FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES

Objetivo: Dentro del comercio internacional, las empresas intentan obtener financiación en función de la actividad comercial que estén desarrollando. El objetivo fundamental de cualquier país, es el impulso del bienestar económico y social mediante la canalización del capital hacia las inversiones más rentables, este punto se encuentra enfocado tanto a un financiamiento interno y externo como público y privado, destacando este punto tanto las exportaciones como las importaciones.

Este área pretende transmitir los conocimientos básicos y necesarios sobre la financiación de operaciones internacionales, determinando la estructura de financiación adecuada, la elección correcta de divisa y el medio de pago adecuado a tal fin.

Con este área el alumno será capaz de:

- Distinguir los diferentes tipos de modalidades de ayuda para la internacionalización de una empresa.
- Conocimiento de las características y funciones de los diferentes tipos de medio de pago internacional.
- Análisis de la conveniencia del medio de pago más adecuado a la operación comercial que se esté

desarrollando.

Contenido:

- Clasificación de medios de cobro.
- Medios de pago simples, o no documentales.
- Medios de pago documentales.
- Organización y funcionamiento del mercado de divisas.
- Tipos de cambio, al contado y a plazo.
- Coberturas de los riesgos de tipo de cambio y de tipo de interés.
- Seguro a la exportación y seguro de crédito.
- Financiación a corto, medio y largo plazo.
- Financiación a la importación: de proveedores, bancaria, leasing y confirming.
- Financiación a la exportación: al comprador, bancaria, factoring y forfaiting.
- Financiaciones especiales: financiación a la exportación con apoyo oficial y financiación de proyectos o “project finance”.

ÁREA DE CONOCIMIENTO: COMERCIO INTERNACIONAL EN EL ENTORNO 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 área, 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.
- Estrategia: objetivos, proceso estratégico y formulación.
- Análisis estratégico, implementación y desarrollo del plan estratégico. El cuadro de Mando Integral.
- Introducción a las finanzas. Sistemas de dirección financiera. Contabilidad general y financiera.
- Cash & credit management. Gestión de costes.

- Valoración de Empresas.

ÁREA DE CONOCIMIENTO: MARKETING, GESTIÓN COMERCIAL Y E-COMMERCE

Objetivo: conocer los fundamentos y herramientas de la dirección comercial, de la gestión de los recursos comerciales desde la selección y organización de los canales de venta más idóneos para nuestro producto y, cliente hasta los sistemas de incentivos y herramientas de motivación del equipo de ventas.

Obtener una visión global del Marketing Internacional aplicando una estrategia de ecommerce. Conocer las técnicas para planificar y organizar la comercialización internacional de cualquier producto y dotar a los estudiantes de unos conocimientos básicos del marketing en medios digitales que sirvan de base para el posterior desarrollo de la actividad de e-commerce.

Contenido:

- Dirección de Marketing.
- Gestión Comercial.
- Diferencias y similitudes entre el Marketing Internacional y el doméstico.
- Segmentación y Posicionamiento: Establecimiento de Objetivos. Selección de mercados exteriores.
- Formas de acceso a mercados exteriores.
- International Marketing Mix: Productos y Servicios para consumidores.
- Plan de Marketing.
- Introducción al e-commerce.
- Tecnología del comercio electrónico.
- El Marketing electrónico.
- Logística. El Impacto en la Distribución.
- Medios de pago en internet.
- Internet como contexto para el desarrollo de los negocios internacionales. El e-commerce como canal para la exportación.
- Marco legal.
- Comunicación electrónica.

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
EFICIENCIA DIRECTIVA**

Objetivo: El directivo de hoy debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas.

Una vez finalizada el área el alumno será capaz de:

- Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.
- Elaborar las bases estratégicas que permitan planificar y anticipar los movimientos futuros en el ámbito de la dirección de equipos humanos y organizaciones.
- Contar con un mayor poder de adaptación a las exigencias del actual mercado laboral.

Contenido:

- Dirección y comunicación empresarial.
- Desarrollo de competencias para la dirección.
- Técnicas de negociación empresarial.

- Técnicas para la toma de decisiones eficaces.

**PROYECTO
FIN DE MÁSTER***

El Proyecto de Fin de Máster (PFM*) tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, a una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM* sea:

- Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el Máster de Comercio Internacional.

Para todo ello, el estudiante cuenta con el asesoramiento personalizado de todo el Claustro académico de EUDE Business School.

* 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.



CLAUSTRO ACADÉMICO

■ D. Ignacio Suviri (Director del Programa de Máster en Dirección de Negocios Internacionales).

Licenciado en Publicidad y RR.PP; Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas, MBA por el IEB; Máster en Dirección de Marketing por el IEP; Autor de diversos artículos y libros entre los que destacamos "Marketing Electrónico" y "Estadística Descriptiva Aplicada con SPSS"; Director de Desarrollo Corporativo y de Negocio en IADE T & C; Director de Sucursal en BANESTO y Banco GALLEGO. Su trayectoria académica se ha desarrollado en Instituciones y Escuelas de Negocio como: UDIMA, CEF, IEDE; CESMA; ESERP; AEDE y EUDE Business School.

■ 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. 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^a. Roly Navlet (Profesora del Área de RR.HH y Coaching)**

Doctora en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid; MBA por la Universidad Pontificia de Comillas; Máster en Dirección de RR.HH en el CEF; Executive Coaching por la ICF; Coaching Sistémico de Equipos; Desarrollo diferentes proyectos de Gestión de Personal para REPSOL; Trabajó como Consultora en ALCOR CONSULTORES Y O-KYAKU CONSULTING y Grupo MOSAIQ; Directora del Área de Formación y Desarrollo en XXI SERVICIOS ESTRATEGICOS; Ha colaborado como docente universitaria en la Escuela de Medicina del Deporte; San Pablo CEU, UDIMA y ha sido Coordinadora del Área de Psicología del Deporte en la Real Federación Española de Atletismo.

■ **D^a. 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. 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. Javier Sanz (Profesor del Área de Comercio Exterior).**

Ingeniero de Canales, Caminos y Puertos; Máster en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Politécnica de Madrid; Máster en Comercio Exterior por la Escuela de Organización Industrial; Diplomado Superior en Management of International Business; Profesor de Escuelas de Negocios como ICEX, ESIC o IEDE. Socioadministrador de DROMER CONSULTING Asesoramiento financiero y comercial en mercados, en inversiones, para bienes y servicios y proyectos; análisis y gestión de riesgos en operaciones. Director General de PROSECORBI INTERNACIONAL Trading de productos y servicios en import-export dentro de los sectores agroindustriales, alimentación, cosmética y belleza, educación, material auxiliar de la construcción, salud y telecomunicaciones. ARETECH SOLUTIONS como Asesor en Desarrollo internacional.

■ **D^a. Rocío González (Profesora del Área de Comercio y Negocios Internacionales).**

Licenciada en Derecho; Máster en Dirección Comercial y Marketing ESIC; Técnico en Comercio Exterior; Responsable de Comercio Internacional DON SATURNINO (Sector cárnico); Técnico en Exportaciones para la Junta de Castilla y León EXCAL.

■ **D. Miguel Manrique (Profesor del Área de Comercio Exterior).**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales; MBA Internacional por la Universidad Antonio de Nebrija; Máster MBA en especialidad Marketing por la University of Hartford en EE.UU; En la actualidad es Director de Exportación en la Empresa LABORAT ALTER (NUTRIBEN); Con anterioridad trabajo en Grupo SEDA S.L como Director Internacional y Marketing o empresas de reconocido prestigio como NAVIDUL, WELLA España o TRANSMEDITERRÁNEA siempre dentro del Área de Comercio Internacional y el Marketing.

■ **D. Juanma Padilla (Profesor del Área de Comercio Exterior).**

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas ESEM; MBA Máster in Business Administration ESEM; Máster en Comercio Internacional COCIM; En la actualidad es President & CEO at A BDC – A Business Development Company; Anteriormente ocupó los cargos de Director de Compras Internacionales en SIGNO EDITORES y Director de Marketing Internacional y Comunicación. Su experiencia docente ha sido como Profesor de Marketing y Comercio Internacional en ESERP y Profesor de Comercio Internacional para el INSTITUTO DE LA MUJER.

■ **D. Ricardo Martínez (Profesor del Área de Contratación Internacional).**

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid; En la actualidad trabaja como abogado con despacho profesional propio especializado en Derecho Internacional Privado; Con anterioridad ocupó los cargos de Director Comercial en AVS y Asesor Jurídico adjunto a la Dirección General en Business International Consultants, S.A.

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 3.500m² útiles, a los que se suman más de 6.000m² 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.



CAMPUS DE EL ESCORIAL (MADRID)

EUDE Business School está asociada al Real Centro Universitario María Cristina, una de las instituciones universitarias con más prestigio de Europa donde miembros de la propia Casa Real de España forman parte de la Asociación de Antiguos Alumnos.

El Real Centro Universitario María Cristina es un centro adscrito a la Universidad Complutense de Madrid con más de cien años de tradición académica, repercutiendo positivamente en el estudiante a través de acuerdos con otras universidades de prestigio, la colaboración de claustro académico, el uso de instalaciones o el apoyo a la investigación.



CAMPUS VIRTUAL – LEARNING DESK

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:

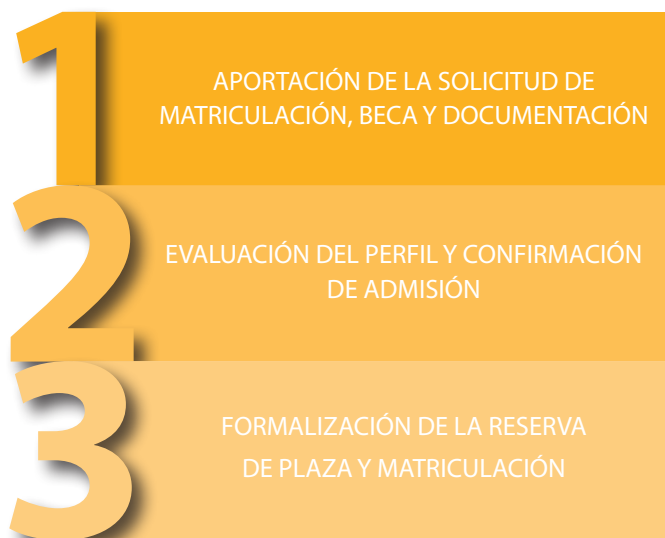


PROCESO DE ADMISIÓN

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 Programa 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. 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.

Qfor



Qfor es un sistema modular de evaluación y certificación de la calidad de los organismos de formación y consultoría, basado en el estudio de la satisfacción de sus clientes y/o en el análisis de sus procesos y recursos. Este sistema permite, de forma objetiva y profesional, reconocer e identificar a aquellas escuelas que cumplen con los estándares de calidad para ser considerada una escuela de negocios.

Pacto Mundial (UN Global Compact)



El Pacto Mundial (UN Global Compact) es una iniciativa impulsada por las Naciones Unidas con el objetivo de crear un marco de responsabilidad en el que las empresas puedan participar, voluntariamente, aceptando el cumplimiento de los 10 Principios que propone, basados en las áreas de los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la anti-corrupción. Global Compact agrupa a 6.000 participantes en más de 135 países.

CLADEA



El Consejo Latinoamericano de Escuela 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.

GLUBAL



Es una red global online de universidades, donde los estudiantes pueden elegir diferentes cursos/módulos que ofrecen distintas universidades europeas para poder construir su propio plan de estudios. De este modo, un estudiante de EUDE Business School puede realizar un determinado módulo de cualquiera de las universidades que están dentro de Glubal y obtendría un certificado de esa universidad de que ha cursado ese módulo con ellos.

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).