

MÁSTER EN MARKETING DIGITAL (PRESENCIAL)

DATOS CLAVE

Modalidades: Presencial

Duración: 1.500 h /
equivalente a 60 créditos ECTS.

Fechas de inicio: marzo y
octubre.

Horario presencial: turno de
tarde.

Ubicación: Campus de Arturo
Soria (Madrid).



La realidad digital que vivimos ha cambiado las reglas del marketing y las empresas buscan adaptarse a las nuevas fórmulas de contacto con el cliente. Con el **Máster en Marketing Digital de EUDE Business School** tendrás la oportunidad de conocer de la mano de profesionales del sector las últimas disciplinas, tendencias, herramientas y plataformas necesarias para afrontar la transformación digital de tu negocio. ¿A qué esperas? Conviértete en un experto en Marketing Digital.

Con este Máster en Marketing Digital aprenderás a:

- Construir eficazmente un Plan de Marketing Digital
- Gestionar tu Reputación Digital apoyándote en el Social Media
- Optimizar tu Posicionamiento en Buscadores
- Desarrollar un Plan de Medios Online
- Integrar el Mobile Marketing en tu estrategia de empresa
- Medir tus acciones a través de la Analítica Web
- Crear páginas web, blogs, tiendas online y proyectos integrales de e-commerce
- Aplicar la usabilidad al desarrollo, diseño y estructura de tu web, mejorando la experiencia del usuario

“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 Marketing Digital que imparte EUDE Business School son:

- La Modalidad Presencial. Un Máster con un claro enfoque profesional y que se desarrolla en la modalidad Executive, lo que permite a los alumnos compatibilizar su formación académica con sus obligaciones profesionales.
- 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 de compañías multinacionales y nacionales (L'Oréal, Warner Bros., Unidad Editorial, William Hill, HootSuite, LinkedIn, etc.).
- 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.
- Al finalizar cada módulo, los alumnos trabajarán en grupo para presentar y defender un proyecto basado en un caso real de transformación de negocio, ante los profesores expertos del área para afianzar las estrategias y conceptos. Entre las empresas que se trabajarán están: minube.com, Mutua Madrileña, Eltenedor.com, TripAdvisor, Canal Historia, Instagram, Fox Home Entertainment, Criteo, Bing (Microsoft), etc.
- El programa, dadas las características absolutamente prácticas del contenido, se completa con la realización de un Proyecto Fin de Máster en el que poner en práctica los conocimientos adquiridos en una situación real, trabajando con una start-up real y con briefing real con la que se firmaría un acuerdo de colaboración tal y como se ha puesto en práctica de forma exitosa en las pasadas convocatorias.
- El Proyecto Fin de Master supone la realización, por parte del estudiante, de un proyecto, memoria o estudio, en el que se apliquen y desarrollen los conocimientos adquiridos en el seno del Master, y estará orientado al desarrollo de las competencias generales asociadas a la titulación. El Proyecto de Fin de Master será realizado bajo la supervisión y seguimiento del claustro de profesores. Éste será evaluado una vez que el alumno supere exitosamente el estudio de las Áreas de Conocimiento, a través de la presentación de un trabajo escrito y la exposición del mismo frente a un Tribunal compuesto por profesores y/o profesionales con acreditada experiencia, tanto académica como profesional.

METODOLOGÍA

Clases Teórico - Prácticas. Estas clases ayudarán al alumno a asentar de manera sólida las bases de conocimiento para garantizar el éxito en la ejecución de ideas. El alumno tendrá la oportunidad de adquirir estos conocimientos mediante clases teóricas y la resolución de casos prácticos, tomando ejemplos de la realidad o desarrollando proyectos específicos sobre temáticas concretas.

Contenido online – Campus Virtual. Como apoyo y complemento de su formación presencial, el alumno dispondrá de acceso a la plataforma online, donde contará con el apoyo de un tutor o docente irá aprendiendo a gestionar el tiempo, adquiriendo nuevos conocimientos o realizando actividades tanto teóricas como instrumentales.

Seminarios. El programa se complementará con una serie de seminarios/masterclass/MOOC's voluntarios de corte absolutamente práctico y de corta duración, cuyo contenido transversal al máster, tiene como objetivo el aprendizaje directo, vivencial y práctico, impartidos por profesionales muy valorados y de empresas de primera línea.

Visitas Empresas. El programa contará con sesiones de formación en empresas, a través de visitas a compañías tecnológicas punteras a lo largo del curso académico, acompañados por el director y profesores del programa.

Entre las visitas podemos encontrar empresas como:

- Google
- Amazon
- Microsoft
- TripAdvisor
- Disney
- Nintendo
- Correos



PROGRAMA DE ESTUDIOS

DURACIÓN

- Duración total del Máster: 1.500 h.

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ENTORNO DIGITAL

Módulo I: INTRODUCCION AL MARKETING DIGITAL

Objetivo: Adentrarse en el nuevo entorno digital y conocer en profundidad los cambios que ha originado en nuestra sociedad. Estar al tanto de las nuevas formas de comunicación que este entorno conectado ha propiciado con nuestros clientes y de éstos con las empresas. Descubrir qué implicación tiene el marketing digital en los diferentes ámbitos de una organización y cómo puede ayudar éste a mejorar la eficacia y eficiencia de sus acciones.

Contenido: ¿Entiendes la importancia del Marketing Digital?

- El La nueva era digital
- Marketing Tradicional vs. Marketing Digital
- Comunicación bidireccional
- Nuevas tendencias digitales

Módulo II: ESTRATEGIAS Y PROYECTOS DIGITALES

Objetivo: Desarrollar proyectos de comunicación y publicidad basados en estrategias digitales para conectar con nuestros clientes de manera exitosa. Conocer las nuevas fórmulas de marketing en entornos digitales.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar una Estrategia Digital exitosa?

- Las claves del nuevo Marketing
- El nuevo papel del consumidor
- Integración del Marketing Digital en la estrategia general
- Marketing Estratégico en Internet

Módulo III: TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Objetivo: Comprender la importancia de la transformación digital para las empresas actuales, identificar los momentos de contacto con clientes, desarrollar estrategias y tácticas para conseguir una verdadera transformación, centrar estos cambios en el personal de la compañía, y saber aplicar correctamente la tecnología en los procesos.

Contenido: ¿Estás dispuesto a transformar digitalmente tu negocio?

- El papel de las personas
- La tecnología, un medio útil para la transformación
- Identifica el nuevo Customer Journey Map de tus clientes

ÁREA DE CONOCIMIENTO: COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE)

Módulo IV: TIENDAS ONLINE

Objetivo: Aprender las claves de las distintas áreas del e-commerce, tanto B2b como B2C. Conocer las plataformas que podemos elegir. Descubrir funcionalidades, herramientas, métodos de pago y logística para alcanzar el éxito con nuestra estrategia comercial online.

Contenido: ¿Quieres desarrollar una tienda online?

- El e-Commerce en España.
- Seguridad en los medios de pago
- Modelos de Negocio Online
- Políticas de precios en Internet
- Logística en e-Commerce.

Módulo V: PLAN ESTRATÉGICO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivo: Saber definir el tipo de producto para el target al que nos dirigimos, además de establecer las diferentes estrategias de precio que logren captar la atención de nuestros clientes. Entender la cadena de valor en comercio electrónico y habilitar nuevas fórmulas de venta estáticas (e-commerce) y cada día más móviles (m-commerce).

Contenido: ¿Buscas vender más en internet?

- El marketing mix en la era digital
- De las 4 P's a las 4 C's
- Estrategias de producto
- El precio como variable estratégica

Módulo VI: SOLUCIONES TECNOLÓGICAS Y MEDIOS DE PAGO

Objetivo: Lograr identificar herramientas, tecnologías y soluciones que mejoren la experiencia de usuario de tus clientes en los diferentes momentos de la verdad. Saber elegir correctamente las fórmulas de pago más eficientes para tu cliente y desvelar aquellas que vendrán mañana.

Contenido: ¿Cómo vendes y cómo compra tu cliente online?

- Metodologías de Pago en Internet
- Tecnologías y tendencias: NFC, Pay Check, BitCoin...
- Fintech
- Pasarelas de pago



ÁREA DE CONOCIMIENTO: MEDIOS ONLINE

Módulo VII: PUBLICIDAD DIGITAL

Objetivo: Conocer las diferentes plataformas, medios y soportes que nos ayudarán a comunicar nuestro producto para lograr campañas de comunicación más eficientes seleccionando el mix de medios adecuado. Identificar los diferentes formatos publicitarios que hoy en día se usa en la web.

Contenido: ¿Dominas los nuevos formatos en publicidad digital?

- Formatos publicitarios
- Inbound Marketing
- Marketing de contenidos
- La nueva creatividad publicitaria
- Publicidad Integrada

Módulo VIII: MARKETING DE AFILIACIÓN

Objetivo: Conocer los beneficios y utilidades del desarrollo de campañas de display y de acciones de marketing de afiliación para lograr los objetivos de comunicación planteados.

Contenido: ¿Sabes cómo funciona el Marketing de Afiliación?

- El Ecosistema campañas de display:
 - Redes publicitarias, Google, Facebook,...
 - Sell Side Platforms/Supply Side Platforms.
 - AdExchanges.

- Demand side Platforms DSP's
- Data Provider & Data Management Platforms.
- Retargeting, Lookalikeaudiences

- Definición de objetivos y planificación de campañas.
- Seguimiento, optimización y reporting.
- Marketing de Afiliación.

Módulo IX: DIGITAL MEDIA PLANNING

Objetivo: Realizar la planificación de medios digitales de una compañía para que todas las acciones que formen parte de una campaña estén coordinadas y con unos objetivos planteados a los que pueda darse seguimiento, verificar la consecución de esos objetivos y analizar los resultados de cada una de las acciones.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar un plan de medios online?

- El mercado de la publicidad en España
- Redes publicitarias
- Organismos reguladores
- Modelos de negociación de medios
- Mix de medios digitales
- Segmentación y planificación de audiencias
- Elaboración de un plan de medios online



**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
COMUNICACIÓN DIGITAL**

Módulo X: SOCIAL MEDIA STRATEGY

Objetivo: Aprender a gestionar de manera exitosa las redes sociales más adecuadas según nuestra estrategia y objetivos. Crear un Social Media Plan, y saber monitorizar y escuchar las redes. Captar y fidelizar audiencias a través de las redes sociales con intercambio constante de información. Gestionar tu Reputación Online y Viralizar tus mensajes.

Contenido: ¿Has integrado las redes sociales en tu estrategia corporativa?

- El Community Manager
- Social Media Marketing (SMM)
- Plan de Crisis en medios sociales
- Identidad y Social Branding
- Escucha Activa
- Monitorización
- Medición y análisis de resultados

Módulo XI: EMAIL MARKETING

Objetivo: Desarrollar campañas de email marketing exitosas, así como ser capaces de medir y analizar los resultados obtenidos.

Contenido: ¿Conoce las razones por las que utilizar el Email Marketing?

- Plataformas y herramientas
- Bases de datos y sus segmentaciones
- Métricas, reporting y KPIs
- Creatividad, diseño, copywriting y personalización
- Estrategia de email marketing
- Automatizaciones. Email Retargeting. Emails basados en eventos y comportamiento
- Multicanalidad

Módulo XII: MARKETING DE CONTENIDOS

Objetivo: Desarrollar campañas basadas en Inbound Marketing que logree atraer la atención de los cliente para posteriormente generar fidelidad en su relación con la empresa.

Contenido: ¿Aplicas técnicas Inbound Marketing?

- Automatizaciones. Email Retargeting.
- Emails basados en eventos y comportamiento
- Multicanalidad y Micromomentos

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
DESARROLLOS DIGITALES**

Módulo XIII: MOBILE MARKETING

Objetivo: Conocer todos los medios y herramientas del entorno móvil, tales como las apps, la geolocalización, el m-commerce, la publicidad mobile y saber cuándo es conveniente desarrollar una estrategia de mobile y los beneficios y ventajas que puede aportar a nuestra compañía.

Contenido: ¿Te comunicas con tus clientes a través de dispositivos móviles?

- Modelos de Negocio en Móvil.
- Local Mobile Marketing (Geolocalización)
- Apps y Tendencias en Mobile
- Tipos de estrategias en móviles para empresas
- M-Commerce
- Mobile Innovation

Módulo XIV: GAMING Y VIDEO MARKETING

Objetivo: Adentrarse en las utilidades y beneficios que el Gaming y el Video Marketing puede aportar a nuestra compañía. Analizar el atractivo que la implementación de este tipo de estrategias y su eficacia con clientes.

Contenido: ¿Conectas con tus usuarios a través del juego y el video?

- Gamificación
- Plataformas de vídeo
- Dinámicas de juego
- Monetización: modelos de negocio para juegos
- Play Marketing
- Vídeos Virales
- Evolución del video en Internet.

Módulo XV: DISEÑO Y DESARROLLO WEBSITES

Objetivo: Introducción al diseño y desarrollo de websites utilizando código HTML y CSS.

Contenido: ¿Sabrías construir una web?

- HTML + CSS para landing pages.
- Accesibilidad: La triple A.
- Definición de Objetivos y segmentación de Landing Pages.
- Test A/B.
- Test multivariable.

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
PLAN DE MARKETING DIGITAL****Módulo XVI: PLAN DE MARKETING DIGITAL**

Objetivo: Diseñar paso a paso un Plan de Marketing Digital y lograr alinearlo con el Plan de Marketing General de la compañía. Combinar todas las herramientas y acciones que nos hagan alcanzar los objetivos empresariales.

Contenido: ¿Has integrado tu Plan de Marketing Digital con tu Plan Estratégico de Empresa?

- El Plan de Marketing Digital
- Análisis de la Competencia
- Plan de Comunicación 360
- Objetivos y Estrategia del Plan de Marketing Digital

Módulo XVII: ROI EN EL PLAN DE MARKETING DIGITAL

Objetivo: Controlar, medir y definir el retorno de la inversión en entornos digitales, cuantificando económicamente nuestras campañas.

Contenido: ¿Tienes el éxito monetario que buscabas?

- Medición de las ventas y costes en función de la fuente de tráfico
- Métodos y técnicas de medición
- ¿Qué es, para qué se usa, qué optimiza?

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
MARKETING EN BUSCADORES: POSICIONAMIENTO****Módulo XVIII: SEO - OPTIMIZACIÓN EN BUSCADORES**

Objetivo: Analizar el posicionamiento natural en buscadores a través de herramientas de análisis y control. Entender cuáles son las claves de un buen posicionamiento SEO y cómo introducir mejoras en nuestra web.

Contenido: ¿Quieres ser el primero en los resultados de búsqueda de Google?

- Algoritmos
- Optimización en buscadores
- SEO On-Site y SEO Off-Site
- Linkbuilding y otras técnicas
- White SEO vs. Black Hat.
- Keywords
- Herramientas fundamentales

Módulo XIX: SEM - MARKETING EN BUSCADORES

Objetivo: Desarrollar campañas de Marketing de Buscadores exitosas a través del desarrollo de campañas en Google Adwords. Aprender la plataforma en profundidad, saber medir el retorno de nuestras campañas y analizar constantemente sus resultados.

Contenido: ¿Quieres llegar a las personas adecuadas con tus anuncios?

- Conceptos básicos sobre Campañas y Cuentas AdWords
- Plataformas publicitarias en buscadores
- Formatos de los anuncios de AdWords
- Posibilidades de targeting en AdWords
- Política de AdWords y calidad de los anuncios.
- Optimización de campañas a AdWords.
- Herramientas de apoyo en AdWords.

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
MEDICIÓN, ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS****Módulo XX: USABILIDAD Y EXPERIENCIA DE USUARIO**

Objetivo: Analizar la usabilidad, trabajar una correcta arquitectura y diseño web, en busca de mejores resultados en cuanto a la experiencia de usuario.

Contenido: ¿Es positiva la experiencia de navegación de tus visitas web?

- UX
- Prototipado
- CardSorting
- Tree Test
- Arquitectura de la información
- Focus Group y Test Usuarios

Módulo XXI: CRM, DATA MINING Y BIG DATA

Objetivo: Profundizar en la importancia del Customer Relationship Management dentro del entorno digital. Establecer procedimientos y acciones orientadas al cliente. Conocer el Big Data como herramienta para rentabilizar las acciones de marketing.

Contenido: ¿Sabes qué hacer con los datos de tus clientes?

- Filosofía CRM
- Data Mining y CRM Analítico
- Conocimiento de cliente y Big Data
- Métricas de calidad de servicio.

Módulo XXII: ANALÍTICA WEB

Objetivo: Extraer, comprender e interpretar la información que se refleja en la red, imprescindible para la toma de decisiones de marketing. Llegar al conocimiento gracias al correcto análisis de los datos.

Contenido: ¿Sabes lo que ocurre en tu web?

- Conceptos básicos
- Tipos de herramientas
- Métricas e indicadores
- Medición e integración de múltiples fuentes
- KPIs y Objetivos

Módulo XXIII: GOOGLE ANALYTICS

Objetivo: Extraer la información sensible que Google Analytics nos proporciona sobre nuestro sitio web, analizando los datos e introduciendo mejoras fundamentadas que mejoren nuestro rendimiento web.

Contenido: ¿Conoces las herramientas de analítica más utilizada en el mundo?

- Conoce Google Analytics
- Gestión y manejo de la herramienta
- Métricas
- Análisis y diseño de informes estadísticos
- Implementación y seguimiento

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
MARCO JURÍDICO DIGITAL****Módulo XXIV: LEGISLACIÓN, SEGURIDAD Y PRIVACIDAD EN MEDIOS SOCIALES**

Objetivo: Mostrar la importancia de la seguridad digital como uno de los principales retos a los que se enfrenta la digitalización. Proteger nuestro negocio online frente a la vulnerabilidad a la que pueden exponerse los datos de nuestros clientes y los nuestros propios.

Contenido: ¿Están tus datos protegidos y seguros frente ataques?

- Seguridad de la Información
- La información, como activo fundamental que hay que proteger y tratar adecuadamente, adaptado a un entorno digital.
- Ciberamenazas y riesgos a la información.
- Formas de protección.

**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 programa.

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

**PRÁCTICAS
(SOLO PARA LAS MODALIDADES PRESENCIALES)**

EUDE Business School en su apuesta por la formación integral de profesionales, el plan de estudios **presencial** ofrece la posibilidad de realizar prácticas **en España sin vinculación laboral**, con el objeto de ampliar los conocimientos obtenidos y mejorar las capacidades y habilidades adquiridas con una experiencia real en una empresa.

CLAUSTRO ACADÉMICO

■ D^a. Laura Monteagudo (Directora del Área de Marketing)

Siempre orientada al marketing y al análisis del consumidor: desde la investigación de mercados a la comunicación en agencias de publicidad, desde proveedores de servicios hasta clientes, desde áreas de marketing tradicional hasta la creación de start-ups basadas en las nuevas tecnologías y en el entorno digital y siempre desde el punto de vista estratégico. Actualmente plenamente dedicada a la docencia para poder contagiar el entusiasmo y mi pasión por la comunicación, el marketing y su evolución en esta era tecnológica hacia el marketing digital y el emprendimiento

■ Carlos Viera (Profesor titular de Marketing y Marketing Digital)

Consultor Marketing Online, Partnership de HootSuite para España y Portugal, con más de 15 años de experiencia en publicidad, marketing y comunicación vinculado al sector del entretenimiento, ofreciendo labores de publicidad digital, planificación de medios, negociación y compras, conceptos creativos, copys, estrategia social media, monitorización, proyectos online, marketing de contenidos, brand content, inbound marketing, SEO/SEM, comercial y ventas, coordinación eventos para compañías como Disney, Warner, Fox, Paramount, Nintendo, Microsoft Xbox, etc.

■ Daniel Casal (Presidente de Arroba y Presidente de la International Advertising Association)

Con más de 20 años de experiencia laboral en el sector de la Publicidad, la comunicación digital y la consultoría estratégica, fundador de una de las primeras agencias de comunicación digital de España (Arroba) y en el año 2011, fue seleccionada como la mejor agencia de comunicación digital del país y en el 2013 una de la top 3 agencias creativas de España. Profesor de diferente máster en marketing digital para escuelas de negocio y universidades públicas y privadas. Galardonado con el título de 'Personalidad del año 2015' por el medio de referencia Marketingdirecto.com

■ Elena Velázquez (Senior Manager Collaboration and Knowledge Management at Amadeus IT Group)

Con más de 12 años de experiencia en labores de creación y desarrollo de páginas web, CMS, diseño y puesta en marcha de negocios online, análisis y mejora de la usabilidad y UX Experiencia de Usuario. Con formación en Publicidad y actual profesora para el Máster en Marketing Digital (Online) de EUDE.

■ Joaquín Danvila del Valle (Director de Marketing y Desarrollo de Negocio en Grupo Reacciona)

Imparte formación en Dirección Comercial y Marketing para diversas universidades y escuelas de negocio en España. Representante de Cooperativas de Crédito en grupos de Marketing Digital, Dirección comercial de Caja piloto en Innovación Comercial dentro de Caja Rural y pertenencia a Grupos de trabajo sectoriales en materia de Publicidad y transparencia para el Banco de España.

■ Alfonso Barajas (Enterprise Account Executive en LinkedIn)

Ejecutivo de cuentas senior con más de 12 años de experiencia en ventas en Tecnología en EMEA para empresas como HootSuite. Areas de conocimiento: social selling, Employee advocacy, Social Media Management, Social Analytics y Marketing Digital. Ponente en diversas escuelas de negocios y eventos que hablan de tendencias de los medios sociales de negocios sociales y empresariales. LinkedIn, Hootsuite, EasyVista, IBM y Dell.

■ Silvia Ruiz (Manager CRM y Customer Experience en Correos Express)

Profesional con amplia experiencia en empresas multinacionales en los sectores de seguridad (Securitas Direct), retail, e-commerce en funciones ligadas al Marketing, Customer Experience y CRM para empresas como Yves Rocher. Orientada al cliente externo e interno. Definición de campañas, análisis de calidad percibida de clientes y fidelización de éstos. Capacidad prospectiva, de organización y planificación. Gestión de equipos. Outsourcing.

■ Eugenia Morlans (Especialista en Estrategia y Marketing Digital)

Publicidad Online (Display, Mobile, Social Media & Performance Marketing: Adwords, Email Marketing, Affiliate Marketing, RTB). Profesora y Mentora para Google Activate y diversas escuelas de negocio. Asesora acreditada de Acció (Agència per a la competitivitat de l'empresa de la Generalitat de Catalunya). Más de 15 años de experiencia vincula a empresas como Google, ICEX, Omnicom Media Group, etc.

■ **Lorena Rodríguez (CRM Manager Spain en William Hill)**

Planificación táctica y estratégica de planes de fidelización de clientes para los productos de Deportes y Casino. Realización de acciones y medición de KPIs para todo el ciclo de vida del cliente (conversión, retención, reactivación...). Profesora de Gaming y Video Marketing para EUDE.

■ **Rubén Somoza (Director de Cuentas en Havas Media)**

Profesor colaborador del Máster en Marketing Digital (Online) de EUDE. Con una visión 360° del mundo digital, lidera la elaboración de estrategias, planificación y coordinación de los diferentes equipos siendo la cara visible final frente al cliente. Aporta una experiencia de más de 10 años en el mundo digital, desde sus comienzos en EvolnetMedia o formando parte del equipo de Netbooster. Especializado en Estrategia digital, Negociación, Omnicanal, Ecommerce, Performance, Display, SEA, SEO, SMO, Mobile, Ecommerce, RTB, Reputación, Digital ROI, Desarrollo web, Analítica, Liderazgo.

■ **Sara de la Torre (Directora de Comunicación Digital)**

Para diversas empresas como WaytoBlue, Burson-Marsteller, OMD, Telefónica, Tribeca... Actualmente liderando y coordinando un proyecto en el que un grupo de profesionales freelance con amplia trayectoria en el sector digital, ofrecen servicios de consultoría y desarrollo digital para agencias y empresas. Profesora para diversas escuelas de negocio en Digital Business y Social Media.

■ **Marcelino Pérez (, CFO en Add Value Media)**

Experto en Marketing Online, con especialidad en Performance Marketing, eCommerce y mobile con más de 12 años de experiencia, vincula a empresas como MediaPost, Experian, Cheetahmail, MARP e impartiendo clases para Andalucía Lab.

■ **Antonio Greppi (Marketing Manager en Warner Bros)**

Más de 20 años de experiencia en la industria de los videojuegos en diferentes puestos (Marketing / Distribución / Prensa) con Master en Dirección de Marketing. Experto en desarrollo de negocio, activación y comunicación de marca para proyectos locales e internacionales. Especialidad en comportamiento del consumidor, nuevos medios de comunicación, Mix de marketing y planes de medios, ATL - BTL y promoción, gestión comercial.

■ **Bolo Muñoz-Calero Fernández (Strategy and Business Development Unidad Editorial)**

Ha trabajado en gestión comercial y estrategia, así como en desarrollo de producto, marketing y relaciones públicas para empresas como Take 2, desarrollando Planes de Marketing (previsiones, objetivos y estrategias, producción), Trade Marketing, PR, con licencias Rockstar Games, 2K Games, Global Star, etc.

■ **Coco Pérez Curbelo (Internet Marketing Manager Banco Popular)**

Desarrolla estrategias de Multicanalidad, desarrollos en entorno móvil, SEM, SEO, display y medios sociales, e integrando nuevas plataformas en el entorno de Internet con la unidad IT corporativa. Con más de 10 años de experiencia en el sector banca y formación en Publicidad Digital y Comunicación Interactiva, con base en Dirección y Administración de Empresa, especialidad en dirección financiera.

■ **David Fernel (Responsable de Innovación en Mutua Madrileña)**

Actualmente docente del área de Innovación y Emprendimiento para EUDE. Profesor homologado para la Escuela de Organización Industrial. Más de 12 años de experiencia avalan su trayectoria profesional habiendo trabajado para compañías como Bankia, Caja Madrid, BNP, etc. Ingeniero de Minas por la Universidad Politécnica de Madrid, y MBA por IE Business School.

■ **Iván Martínez Montoto (Digital Director en Starcom Mediavest Group)**

Profesor Asociado de Publicidad Digital en la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado como Mobile Strategy Specialist, Sales Manager, Account Manager para compañías como Starcom, Exponential, Adconion Media Group, publicidad.net o Carat. Reconocido con el Adconion Excellence Award por Adconion Media Group en 2011.

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.

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:

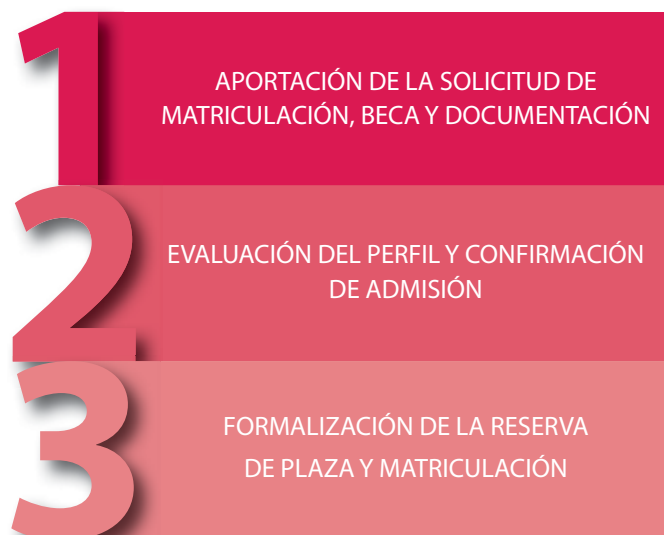


PROCESO DE ADMISIÓN

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. 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 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.



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).





EUDE | BUSINESS
SCHOOL

www.eude.es



SEDE PRINCIPAL



OFICINAS EN BOGOTÁ

Sede Principal

C/Arturo Soria, 245
Edificio EUDE.
CP: 28033. Madrid.

(+34) 91 593 15 45

Oficinas en Bogotá

C/98 # 9A - 41
Oficina 204.
Bogotá DC, Colombia.

0057(1)6352497