



## MBA – ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (PRESENCIAL / ONLINE / SEMIPRESENCIAL) Y MÁSTER EN MARKETING DIGITAL (PRESENCIAL)

### 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 y turnos de tarde.

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

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



La **doble titulación MBA – Administración y Dirección de Empresas y el Máster en Marketing Digital** te convertirá en un líder y profesional del ámbito de los negocios, adquiriendo las habilidades directivas necesarias para liderar y dirigir diferentes tipologías de empresas, con especial énfasis en compañías que operan en mercados digitales y nuevas corrientes de negocios digitales. Con ello, harás que tu currículum vitae se convierta en tu principal reclamo profesional en el entorno laboral.

- Desempeñar tareas de alta dirección y asumir la responsabilidad en la concepción e implementación de las decisiones estratégicas.
- Establecer y gestionar la implementación de las diferentes estrategias y políticas de recursos humanos, financieras y especialmente del área comercial y de marketing.
- Desarrollar y gestionar de forma global planes de marketing digitales y proyectos online.
- Conocer en profundidad el medio online, lo que le permitirá planificar y desarrollar estrategias reales eficaces y eficientes.
- Crear páginas web optimizadas para buscadores y enfocadas a la conversión desarrollar tiendas online y planificar proyectos integrales de e-commerce.
- Crear campañas de comunicación online 360 grados.
- Desarrollar su labor profesional como Social Media Manager, gestionando de forma exitosa la imagen de marca y la comunicación entre consumidores y marcas en las diferentes redes sociales.
- Desarrollar su labor profesional como consultor SEO y experto en captación.
- Liderar departamentos y cuentas de grandes clientes en el ámbito de las campañas PPC/SEM, con especial énfasis en todo las composiciones y optimizaciones de google Adwords.
- Generar e implementar planes integrales de Email Marketing.
- Liderar proyecto Arquitectura web y convertirte en un experto en analítica web.



## PUNTOS DIFERENCIALES

Los principales puntos diferentes de la doble titulación MBA y Máster en Marketing Digital 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 **Campus Virtual EUDE** será el foro más adecuado 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 en MBA – Administración y Dirección de Empresas y el Máster en Marketing Digital, **logramos que el futuro director o gestor tenga una visión 360 grados del liderazgo a ejercer en la planificación, desarrollo, gestión e implementación de las estrategias globales y operacionales de la empresa, con especial énfasis en las estrategias de logística nacional e internacional**.

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 solo formamos Directivos, formamos Personas**.

Pretendemos que el estudiante **adquiera una visión integral del Management, de la Gestión y Dirección de la Logística Internacional y la Gestión de Suministros**, por esa razón el desarrollo del programa se complementa con lo que denominamos actividades transversales tales como: eventos de networking, videoconferencias, 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 su labor no se limita 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: MBA – ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

### 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 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:

- La Dirección en las Organizaciones.
- Estructuras Organizacionales.
- Modelos de Culturas Organizacionales en la actualidad.
- Clima Organizacional.
- Los grupos dentro de las Organizaciones.
- El Cambio y su gestión en las Organizaciones Empresariales.
- Nuevos Modelos de Negocios.

### Módulo II. ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

**Objetivo:** aplicar los conceptos estratégicos a situaciones empresariales reales. Así, al finalizar la misma, el estudiante debe ser capaz de:

- Dominar el esquema de elaboración de un plan estratégico aplicado a diferentes situaciones empresariales.
- Conocer, seleccionar y aplicar las diferentes herramientas de análisis interno y externo en función de la situación.
- Implementar los diferentes planes estratégicos generados a través de un diseño interno consistente y coherente.

#### 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.
- Plan de Marketing.

### Módulo III. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

**Objetivo:** presentar al estudiante la empresa real y sus áreas. La gestión de personas en la empresa. Explicarle la importancia estratégica de la Gestión de Personas y su engarce con el Plan Estratégico. Describir los principales departamentos de una moderna Dirección de RR.HH. Breve evolución histórica. Enseñarle a valorar en coste y en alcance estratégico (inversión) las políticas y acciones de RRHH. Hacerle capaz de entender y plantear un Plan Estratégico de RR.HH.

#### Contenido:

- La empresa, el escenario y sus formas de organización.
- Departamentos de la Dirección de RR.HH.
- Descripción de puestos de trabajo.
- Retribución.
- Reclutamiento y selección.
- Dirección por Objetivos.
- Sucesión y Plan de Carrera.
- Sistemas de Gestión y Plan Estratégico de RR.HH.

### Módulo IV. DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL

#### Objetivos:

##### 1. Detección de Valor:

- Conseguir que la empresa tenga una mayor y mejor orientación al mercado y al cliente.
- Identificar oportunidades, amenazas y cambios en el entorno competitivo y actuar frente a estos cambios en el mercado, en los canales y en la competencia.

##### 2. Creación de Valor:

- Claves para definir una estrategia de Marketing de éxito.
- Metodologías y herramientas que disponemos para implementar eficaz y eficientemente nuestras estrategias.

##### 3. Comunicación de Valor:

- ¿Cómo inspirar, transformar y liderar organizaciones y equipos de venta en momentos de cambios?
- Pautas para establecer programas correctos para seleccionar, formar, incentivar, controlar y desarrollar nuestra fuerza comercial.
- ¿En qué situación se encuentra hoy mi organización comercial y cuáles son los ejes que debería potenciar?

#### Contenido:

- Sistemas de Dirección Comercial.
- Plan de Acción Comercial.
- Forecast o Previsión de Ventas.
- Gestión Eficaz del Cliente.
- Plan de Ventas y su integración en el Plan de Marketing.
- Plan de Marketing. Ejecución y Control de actividades.

### Módulo V. DIRECCIÓN FINANCIERA

**Objetivo:** introducir al estudiante en las cuestiones relacionadas con el área de la función financiera de la empresa. Se trata de un primer paso para introducir al estudiante en el registro de los hechos significativos para la actividad económica de la empresa, mediante técnicas propias de la contabilidad. Seguidamente se pretende mostrar al estudiante técnicas de tratamiento y análisis de la información contable y técnicas de control de uso de los recursos en la actividad empresarial.

#### Contenido:

- Sistemas de Dirección Financiera.
- Contabilidad General y Financiera.
- La función financiera dentro de la empresa.
- Diagnóstico económico-financiero de la empresa.
- Ratios financieros y rentabilidad económica.
- Gestión del Circulante.
- Gestión de Costes.
- Valoración de Empresas: Plan Financiero, Fusiones, Joint Venture, Adquisiciones.
- Cash & Credit Management: Toma de decisiones financieras a corto plazo.
- Decisiones de Inversión y Financiación.
- El valor económico agregado (EVA).

### Módulo VI. COMERCIO EXTERIOR

**Objetivo:** profundizar conceptos en todo lo referente a la gestión de internacionalización de la Empresa. Entorno de los negocios internacionales, su operativa, financiación y contratación.

#### Contenido:

- Gestión Operativa del negocio internacional.
- Manejo de los Incoterms.
- Principios básicos de la logística aplicable.
- Distinción en los procesos aduaneros, dentro de la UE y con terceros países.
- Fiscalidad de las operaciones internacionales y el tratamiento del IVA.
- Financiación Internacional y Mercados financieros.
- Detalles de los distintos medios de pago, mercado de divisas y sus aplicaciones al riesgo cambiario. Mercados financieros internacionales y las prácticas financieras en el corto, medio y largo plazo.
- Diferentes tipos de contratos de uso en comercio internacional, legislaciones aplicables, según país o zona, principales cláusulas de un contrato comercial y diferenciación de la práctica jurídica entre un arbitraje y un proceso judicial.

## Módulo VII. DIRECCIÓN DE OPERACIONES, LOGÍSTICA Y CALIDAD

**Objetivo:** presentar a los estudiantes, de forma práctica y dinámica los conocimientos y herramientas de la Logística Integral, que incluyen, entre otros, aspectos relativos al Aprovisionamiento y Compras, Planificación y Gestión de la Producción, Almacenamiento, Transporte y Distribución.

El estudiante obtendrá una visión de conjunto y holística de los procesos internos que se desarrollan en una empresa, intentando destacar la importancia que, la actuación coordinada de todas ellas, tiene en el objetivo común de aportar al mercado un valor añadido que la haga destacarse frente a la competencia.

### Contenido:

- Logística y supply chain management.
  - Concepto de logística.
  - Evolución de la logística.
  - Logística integral.
  - Supply Chain Management.
  - Las actividades logísticas.
- Sistemas productivos y gestión de calidad.
  - La gestión de operaciones.
  - Estrategia corporativa vs Estrategia de operaciones.
  - El pensamiento Lean Management.
  - Concepto de calidad total.
  - El sistema de aseguramiento de Calidad.
    - Certificaciones ISO, SIX SIGMA.
- Distribución y Marketing.
  - Logística comercial.
  - Distribución de la red.
  - Canales de distribución.
  - Integración de canales de Marketing.
  - Estrategia corporativa y de Marketing.
  - La distribución minorista.
  - Marcas privadas o de distribuidor.
  - La distribución mayorista.

## Módulo VIII. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA EN LAS ORGANIZACIONES

**Objetivo:** concienciar al estudiante sobre la importancia estratégica de la innovación y formarle en materias específicas.

### Contenido:

- Sistema informativo de gestión.
- El papel de las TIC en las empresas: la competitividad.
- Las Nuevas Tecnologías: Comunicaciones y Redes Sociales.
- La Competitividad y las TIC.
- Internet como contexto para el desarrollo de los negocios internacionales.
- El soporte tecnológico como canal para la exportación.



## Módulo IX. EFICIENCIA DIRECTIVA

**Objetivo:** preparación para enfrentarse a múltiples situaciones profesionales inesperadas en las que, además de los conocimientos, es necesario la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas.

### Contenido:

- La Comunicación Personal.
- La Dirección de Equipos.
- El Liderazgo. Estilos de Dirección. Coaching, Empowerment, Mentoring.
- La Comunicación Interpersonal.
- Trabajo en Equipo y Resolución de Conflictos.
- Negociación.
- Toma de Decisiones.

## Módulo X. ASPECTOS LEGALES

**Objetivo:** que el estudiante conozca el régimen legal (mercantil y laboral) que se aplica en las empresas.

Desde el punto de vista mercantil, la creación, administración y liquidación de una empresa.

Desde el punto de vista laboral, el estudiante aprenderá (entre otros extremos) a contratar y adoptar medidas de carácter individual o colectivo en situaciones de crisis (modificaciones del contrato de trabajo o despido).

Desde el punto de vista de Sociedades, el estudiante debe ser capaz de asimilar los conceptos fiscales del impuesto de sociedades, y poder desarrollar estos conocimientos, en el funcionamiento ordinario de una empresa. Se estudiará y analizará los elementos más importantes que caracterizan al impuesto sobre sociedades (I.S.).

### Contenido:

- Gestión Laboral de la Empresa.
- Sociedades.
- Mercantil: el Derecho Mercantil y sus Fuentes.



## PROGRAMA DE ESTUDIO: MÁSTER EN MARKETING DIGITAL

### DURACIÓN

- Duración total del Máster: 1.500 h.
- Duración actividades transversales (talleres, seminarios, conferencias, mesas redondas, visitas a empresas, etc): 130 h.

### ÁREA DE CONOCIMIENTO: ENTORNO DIGITAL

#### Módulo I: Introducción 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.
- Videos 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?

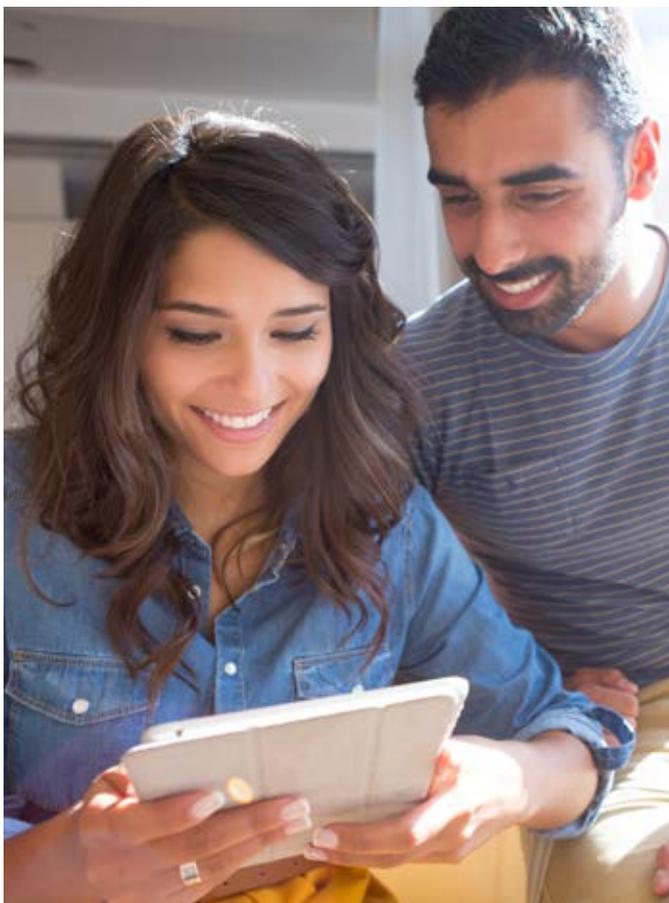
- Conceptos básicos.
- Tipos de herramientas.
- Métricas e indicadores.
- Medición e integración de múltiples fuentes.
- KPIs y Objetivos.

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 la 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.

\* 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. 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. 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. Lorenzo Dávila (Director de EUDE Finanzas).

Licenciado en Ciencias Económicas y Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en Economía por la UCM; posee una amplia trayectoria en el sector de la formación superior de postgrado tras haber sido director del Departamento de Investigación del IEB y profesor en la Universidad de Berkeley, en California. Cuenta con 20 años de experiencia en los sectores de la consultoría financiera y estratégica y es socio fundador de Emecero Corporate Consulting, compañía especializada en valoración de empresas, fusiones y adquisiciones estructuración de proyectos y modelización financiera.

### ■ D<sup>a</sup>. 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. 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. 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 CLAUSTRO ACADÉMICO 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. Enrique Ortega (Profesor del Área de Derecho)**

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid; Doctor por la Universidad Autónoma de Madrid; Máster en Derecho de los Negocios CIFF; Curso Superior en Financial and Legal English AEDE. Máster en Derecho Internacional de los Negocios CEU; Curso Superior en Mergers & Acquisitions en IE; Máster in Corporate Financer & Law ESADE; Autor de diversos libros y Publicaciones entre otros "La Mediación Civil y Mercantil"; Fundador del Foro de Empresarios y Profesionales del Sector Jurídico y Financiero; Profesor de Universidades y centros como: Colegio de abogados de Madrid, Universidad Camilo José Cela, ISDE o EEN.

■ **Laura Monteagudo (Directora del Área de Marketing)**

Directora Académica del Área de Marketing y Marketing Digital en EUDE Business School, con absoluta vocación y pasión por la docencia y siempre orientada al marketing y al análisis del consumidor. Doctorando en Comunicación Especializada, Innovación y Tecnologías por la Universidad CEU San Pablo. Anteriormente, desarrolló su carrera profesional en la empresa privada siendo fundadora y Directora General en The Yigibee Company, responsable de Marketing en Lancôme, dentro del Grupo L'Oréal y en agencias de publicidad como Contrapunto y Young&Rubicam. Es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid, Máster en Publicidad y Marketing Digital por la Universidad Antonio de Nebrija y especialista en Marketing y en e-Commerce.

■ **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. Out-sourcing.

■ **Eugenia Morlans (Directora de Marketing en Essentialist)**

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 3.500m<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 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](http://www.eude.es)



### **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