

MBA + Marketing y Dirección Comercial



Más de 25 años formando a los mejores líderes del mañana

MBA + Marketing y Dirección Comercial

Una amplia propuesta académica, impartida tanto en modalidad presencial como online, contextualizada en un entorno de aprendizaje eminentemente práctico, multidisciplinar y fuerte orientación hacia el negocio, favoreciendo la certificación del alumno en las principales soluciones operativas, tecnológicas y directivas e impulsando su empleabilidad en el sector empresarial.

06/ Compromiso EUDE

Nuestros pilares: Futuro, confianza, experiencia, empleabilidad, liderazgo y credibilidad

12/ Datos Clave

Máster en MBA (Dirección y Administración de Empresas)

16/ Programa

Máster en MBA (Dirección y Administración de Empresas)

36/ Datos Clave

Máster en Marketing y Dirección Comercial

40/ Programa

Máster en Marketing y Dirección Comercial

52/ Programas expertos e Idiomas

Formación incluida con tu Programa

56/ Claustro

De EUDE



EUDE: ¿Quiénes somos?

EUDE Business School, una institución de formación de posgrado internacional, reconocida por los principales rankings y medios internacionales; con 25 años de trayectoria académica formando a más de 100 mil alumnos, profesionales con experiencia laboral, emprendedores, y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

Las áreas académicas; MBA, Marketing, Marketing y Dirección Comercial, Comercio Internacional, Logística, Recursos Humanos, Coaching, Finanzas, Medio Ambiente y sus distintas modalidades de enseñanza; máster presencial en Madrid, máster online, o la combinación de ambas, nos permite otrecer alternativas adaptadas a las necesidades de los alumnos y sobre todo del mercado.





EXPERIENCIA

Una evolución académica superior a 25 años ha contribuido a formar más de 100 mil alumnos de todo el mundo. Profesionales con experiencia laboral, emprendedores, disruptores, innovadores y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

CONFIANZA

EUDE Business School está reconocida como una de las más destacadas escuelas a nivel internacional por medios tan prestigiosos como Financial Times y los principales rankings internacionales. Estos avalan v posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.

LIDERAZGO

Reconocida,
por 5° año
consecutivo,
por el Ranking FSO
como una de las 10
mejores Business
School.
Más de 5.000
alumnos al año
procedentes de más
de 30 países nos
confían su carrera
profesional.

EMPLEABILIDAD

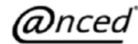
Nuestro equipo de Orientación Profesional te ayudará a impulsar tu carrera profesional. Contamos con más de 1.200 convenios con empresas nacionales e internacionales en las que podrás desarrollarte día a día.

MBA + Marketing y Dirección Comercial

Calidad académica certificada

Las principales certificadoras independientes a nivel nacional e internacional acreditan la calidad académica e institucional de **EUDE Business School**

















Rankings

EUDE Business School está reconocida como una de las más destacadas escuelas de negocios a nivel internacional por medios tan prestigiosos como Financial Times y los principales rankings internacionales. Estos avalan y posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.

Forbes

EUDE ha sido elegida por el medio de referencia global en negocios y finanzas. Una alianza de futuro para los próximos líderes mundiales.



El MBA online de EUDE considerado entre los mejores del mundo según el prestigioso diario económico Financial Times.



El MBA de EUDE está reconocido como uno de los mejores de habla hispana en el Ranking (FSO) a nivel europeo.

HAMILTON

GLOBAL INTELLIGENCE

EUDE considerada como una de las mejores escuelas de negocio de habla hispana por la consultora independiente Hamilton.



Máster en de la Empresa MBA (Dirección y Estrategia Administración de Empresas) de la Empresa EXECUTIVE // ONLINE 04 Dirección Financiera Comercio Exterior **Eficiencia** Directiva

Dirección y Organización

Dirección Estratégica del Capital Humano

Dirección de Marketing, Gestión Comercial y Marketing Digital

Dirección de operaciones Logística y Calidad

Emprendimiento, Innovación Tecnológica y Métodos para la Innovación

Aspectos Legales

MBA (Dirección y Administración de Empresas)

Datos Clave





MBA (Dirección y Administración de Empresas)

Ventajas de nuestro MBA 01. Visión global El Máster en Administración y Dirección de Empresas – MBA es un intenso camino de desarrollo y transformación personal y profesional que te prepara para afrontar con éxito todos los desafíos que puedas encontrar dentro y fuera de una empresa. La globalización y la digitalización de los negocios exigen una renovación en los directivos; nuevas formas de aprender, nuevas habilidades que les permitan liderar las organizaciones de hoy y del futuro.

02. Multidisciplinar

El MBA de EUDE está pensado y diseñado para formar directivos multidisciplinares, que sean capaces de desenvolverse con éxito en distintas áreas en un entorno empresarial rápido y cambiante y con una visión global del mundo alineado con las necesidades actuales de las empresas.

O3.

Desarrollo

Directivo

El programa de MBA va dirigido a profesionales con experiencia, que cuestionan el pensamiento convencional y buscan un desafío tanto personal como profesional. Personas que quieran impulsar su carrera directiva adquiriendo las herramientas y conocimientos necesarios para triunfar en el cambiante entorno empresarial actual.

04.
Networking

Nuestra visión globalizada del mundo y de los negocios hace que la formación que recibas tenga una perspectiva internacional, un aspecto indispensable dentro del entorno empresarial. Podrás desarrollar todo tu potencial y adquirir nuevas habilidades, aprender e interactuar con directivos de empresas internacionales ampliando tus conocimientos y enriqueciendo tu Networking desde el primer día.

1 / Dirección y Organización de la Empresa

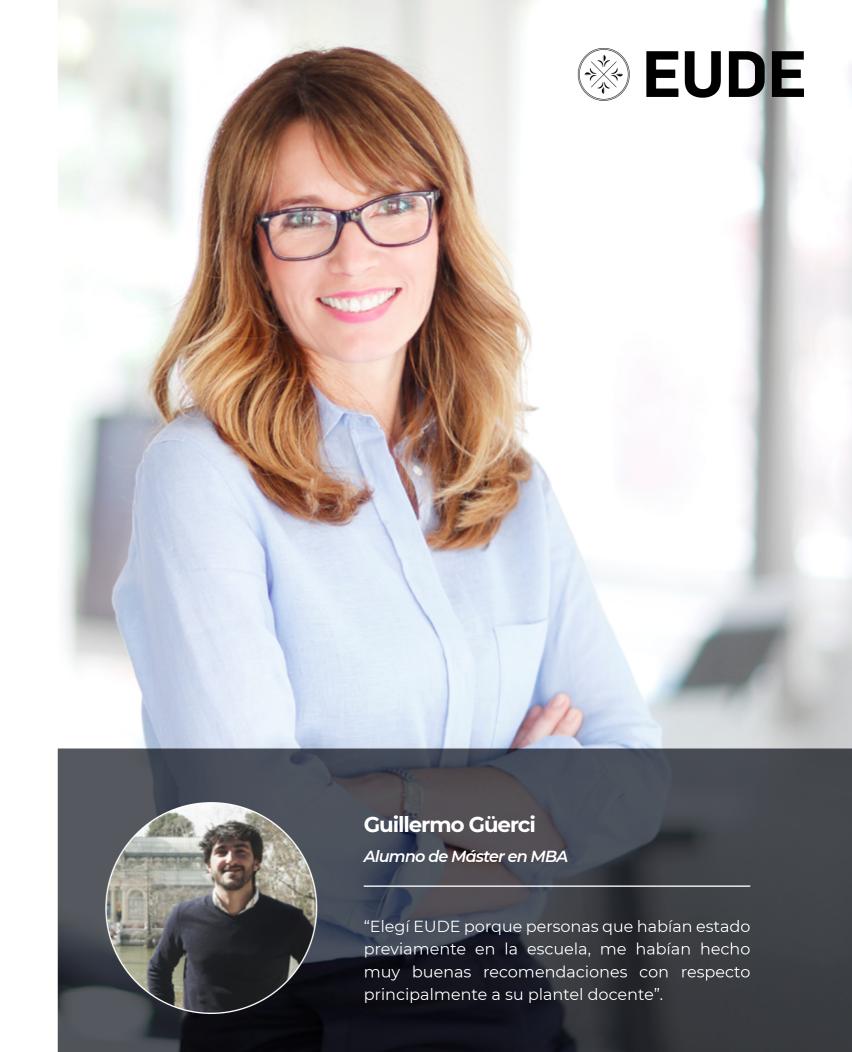
Objetivo:

El objetivo de esta área introductoria al MBA es conocer las características propias de la empresa mercantil, a diferencia de otro tipo de organizaciones, abordando aspectos cruciales en la configuración y en el adecuado funcionamiento y gobierno de la empresas como son la apropiada elaboración de la Misión, Visión y Valores de una empresa, la filosofía, la influencia de la cultura empresarial y la gestión de los cambios organizativos.

Otro objetivo a tratar es la importancia del liderazgo en toda organización, dado que hoy más que nunca los mercados requieren empresas bien gestionadas, pero sobre todo bien lideradas.

Al finalizar esta área de conocimiento, el alumno habrá sido capaz de tener una visión realista de las empresas en el entorno actual, conocer y crear la estructura organizacional que el negocio necesita, conocer diferentes estilos de dirección y liderazgo, su influencia en los resultados económicos de la empresa así como el papel de la Dirección General en el gobierno de la empresa.

- · La empresa en el entorno actual.
- · La cultura organizacional y su impacto en la empresa.
- · Estilos y modelos en la dirección.
- · Estructuras organizativas.
- · La gestión del cambio en las empresas.
- · Política de Empresa. La función del Director General. Aspectos claves en la dirección de empresas.





2/ Estrategia de la Empresa

Objetivo:

El objetivo de los módulos de estrategia es trabajar de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnosticar, definir, implantar y controlar la estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme a las circunstancias del mercado en su conjunto.

Al finalizar estos módulos el alumno estará capacitado para:

- · Identificarcriteriosydesarrollarlametodología necesaria para crear y poner en acción la estrategia que la empresa necesita.
- · Desarrollar la estrategia más adecuada según el comportamiento y situación del sector donde se compite.
- · Identificar ventajas competitivas que permitan la diferenciación de la empresa frente a los competidores
- · Saber gestionar la estrategia de la implantación elegida.
- · Conocer el funcionamiento y la utilidad del Cuadro de Mando Integral como herramienta de control de la estrategia empresarial.

- · Función de la estrategia en el desarrollo del negocio.
- · Objetivos estratégicos de la empresa.
- · El proceso estratégico.
- · Ventajas competitivas de las empresas.
- · Análisis estratégico en la dinámica de la gestión empresarial.
- · Implementación de la estrategia.
- · El Cuadro de Mando Integral.

3 / Dirección Estratégica del Capital Humano

Objetivo:

El propósito fundamental de esta área de conocimiento es que el estudiante conozca el papel que juegan las personas dentro de las organizaciones. A partir de esta premisa se revisa el desarrollo y los elementos constitutivos de la disciplina que hoy se conoce indistintamente como "Recursos Humanos", "Capital Humano" o "Gestión de Personas".

Se describirán los principales procesos asociados a esta disciplina, concluyendo en el proceso integrativo que el Director de Recursos Humanos ha de tener con el resto de las áreas funcionales de la empresa. Al finalizar esta área el alumno:

- · Conocerá los elementos constitutivos propios de la Dirección de Recursos Humanos.
- · Desarrollará las estrategias de gestión de las personas a partir del plan estratégico corporativo.
- · Aprenderá a identificar el valor que cada persona tiene respecto a las tareas que desarrolla en una empresa y el papel que cumple su integración en la misma.
- · Describirá las principales tareas asociadas a los procesos propios de la Dirección de Recursos Humanos.

- · Escenario y organización del Capital Humano en las organizaciones.
- · Enfoque estratégico de la Dirección del Capital Humano.



Dirección de Marketing, Gestión Comercial y Marketing y Dirección Comercial

Objetivo:

En esta área se transmitirá la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos y la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing y estratégicas de la compañía.

También se analizarán las estrategias de Marketing Operativo necesarias para poder poner en práctica Planes de Marketing y se introducirá la importancia del Marketing y Dirección Comercial, en particular, la necesidad de planificar estrategias de Social Media adecuadas y nociones básicas de SEO/SEM.

Además, se profundizará en la importancia que tiene la gestión comercial y el liderazgo de los equipos comerciales para la consecución de los objetivos de toda organización y la de establecer estrategias eficaces para la fuerza comercial. El alumno al finalizar el estudio de esta área estará capacitado para:

- · Comprender y llevar a la práctica una apropiada segmentación de mercados.
- · Analizar el entorno desde una perspectiva comercial y de marketing.
- · Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa.
- · Analizar la reputación corporativa.
- · Desarrollar Planes de Marketing.
- · Plantear estrategias de comunicación digital adecuadas.
- · Valorar la importancia de la gestión y el liderazgo de equipos comerciales.
- Aplicar estrategias que le permitan seleccionar, incentivar y motivar a la fuerza de ventas.

- · Marketing Estratégico.
- · Imagen, marca y reputación.
- · Marketing Operativo. Estrategias de producto, precio, comunicación y distribución.
- · Plan de Marketing. Ejecución y control de actividades.
- · Estrategias de Marketing y Dirección Comercial: Community Management y SEO/SEM
- · Sistemas de Dirección Comercial. » Plan de acción comercial.
- · Gestión eficaz del cliente.
- · Plan de ventas y su integración en el Plan de Marketing.





5 Dirección Financiera

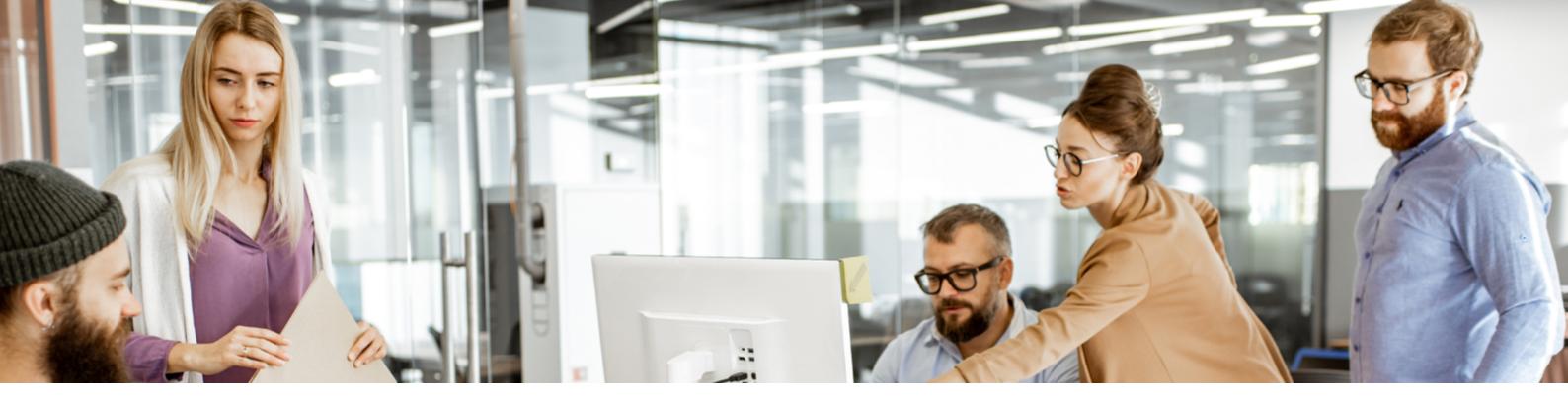
Objetivo:

Las finanzas constituyen una parte esencial de cualquier MBA, porque hoy es crítico para cualquier empresa contar con directivos que sepan generar alternativas y tomar decisiones en clave económico-financieras y prever sus repercusiones para la empresa en su conjunto.

Independientemente de la formación y de la experiencia profesional previa, el alumno al finalizar esta área estará capacitado para:

- · Entender el papel de las finanzas en la toma de decisiones empresariales.
- · Entender el papel de la contabilidad como herramienta para la toma de decisiones.
- · Comprender y analizar de manera eficaz un balance y una cuenta de resultados.
- · Analizar cuáles son las principales fuentes de la información financiera.
- · Gestionar financieramente un proyecto empresarial independiente.
- · Seleccionar las inversiones cuando el presupuesto es limitado o cuando los proyectos no pueden desarrollarse de forma simultánea.
- · Valorar proyectos de inversión y empresas.
- · Entender el papel de las finanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa y garantizar su supervivencia.

- · Gestión contable. Análisis del patrimonio social. Cuentas patrimoniales. Cuentas anuales. Normativa contable internacional y normativa contable nacional.
- · Finanzas Operativas y Estructurales.
- · Análisis financiero de la empresa. Indicadores de diagnóstico financiero. Ratios financieros.
- · Evaluación y selección de inversiones y valoración de empresas. Metodologías.
- · Finanzas Corporativas, valoración de deuda y de la renta variable.
- · Valoración de Proyectos. Valoración de Proyectos de inversión.
- · Instrumentos de financiación de la empresa.



Comercio Exterior

Objetivo:

La madurez de los mercados nacionales ha obligado a las empresas a buscar nuevos horizontes, nuevos clientes, nuevos mercados, es decir, salir al exterior, convirtiendo la internacionalización en una necesidad no sólo para las grandes empresas sino también para las PYMES. Esta salida al exterior requiere de unos conocimientos muy concretos para no errar en el intento puesto que, errores en este campo, pueden resultar muy caros para la empresa en su conjunto.

Al finalizar los módulos de Comercio Exterior el alumno habrá tenido ocasión de conocer de una forma práctica y cercana cómo se gestiona el negocio internacional de la empresa y sus implicaciones; su operativa, los medios de cobro, las necesidades de financiación para la empresa y los proyectos, los riesgos básicos que existen y las particularidades y tipologías de los contratos más habituales.

Contenido:

- · El comercio exterior y su implicación en el Plan Estratégico de la empresa.
- · Gestión operativa del negocio internacional.
- · Gestión de la exportación. Modalidades de contratación internacional.
- · Distinción en los procesos aduaneros, dentro de la UE y con terceros países.
- · Fiscalidad de las operaciones internacionales.
- · Medios de pago, mercado de divisas y tipos de cambio.
- · Financiación Internacional y mercados financieros.
- · Modalidad de contratos en el mercado internacional.
- · Macroeconomía y economía aplicada.

7 / Dirección de Operaciones, Logística y Calidad

Objetivo:

Presentar a los estudiantes de forma práctica y dinámica los conocimientos y herramientas de la Logística Integral como parte esencial del modelo de negocio de una empresa y que incluyen aspectos relativos al aprovisionamiento, compras, planificación y gestión de la producción, almacenamiento, transporte y distribución de los productos ofrecidos a los consumidores finales.

Se pretende que el estudiante sea capaz en esta área de tener:

- · Una visión de conjunto de los procesos internos que se desarrollan en una empresa.
- · Criterios organizativos a nivel logístico como pieza clave en la construcción de los procesos internos de la empresa.
- · Conocimiento del funcionamiento de los diferentes canales de distribución, así como los criterios y métodos para elegir los canales que precise la empresa.

Contenido:

- · Logística y supply chain management.
- · Actividades logísticas.
- · Sistemas productivos y de gestión de la calidad.
- · Lean management.
- · Los canales de distribución comercial al servicio de la empresa. Alternativas estratégicas en la distribución.
- · Métodos de selección de los canales.
- · Tendencias actuales en la distribución.

Emprendimiento, Innovación Tecnológica y Métodos para la Innovación

Objetivo:

La innovación y la tecnología son factores estratégicos para la competitividad de las empresas, que están presentes en cada actividad de la cadena de valor de las organizaciones, lo que las sitúa cómo pilares básicos sobre como fundamentar ventajas competitivas.

Estos factores estratégicos unidos a los constantes cambios tecnológicos y al acortamiento del ciclo de vida de los productos y servicios, pone de relieve la importancia que tiene el saber gestionar adecuadamente los procesos de innovación y gestión de la tecnología, que permitan a las empresas consolidar o mejorar su posición en el mercado.

En esta área se quiere dar respuestas a preguntas como: ¿qué es la innovación y para qué innovan las empresas? ¿En qué áreas puede innovar una empresa? ¿Cómo se innova? ¿Qué papel juega la tecnología en la empresa y cómo se gestiona? ¿Cómo se abastecen tecnológicamente las empresas? ¿Para qué se protege la tecnología y a través de qué mecanismos se hace? Así, el alumno estará capacitado para:

- · Conocer el ciclo de vida de la innovación y sus retornos (directos e indirectos).
- · Conocer las diferentes estrategias de innovación empresarial, como la del líder, la del seguidor y la del imitador.

- · Estudiar cómo se innova desde diferentes epicentros del modelo de negocio y aprender herramientas de aplicación práctica.
- · Conocer las fases en las que se divide el proceso creativo y ser consciente de la importancia creciente que, a la hora de innovar, juegan los espacios y los tiempos en las organizaciones.
- · Estudiar un esquema conceptual de relación entre empresa y tecnología.
- · Conocer las diferentes estrategias de innovación empresarial.
- · Conocer metodologías predictivas para la gestión de Proyectos, como la basada en la guía PMBOK del PMI y PRINCE2, y saber identificar en qué tipo de organizaciones y para qué tipo de Proyectos son adecuadas.
- · Saber las principales funciones que abarca la gestión de la tecnología en una empresa y aprender una herramienta práctica para evaluar alternativas tecnológicas desde un punto de vista estratégico.

- · Conceptos generales de innovación.
- · Business Canvas Model.
- · El reto del proceso creativo.
- · Metodologías de innovación: Design Thinking, Lean Startup, Blue Ocean Strategy.
- · Metodologías de proyectos y metodologías ágiles (Scrum).
- · Transformación digital.
- · La Innovación en las Organizaciones y el cambio cultural.
- · Startups y el ecosistema emprendedor.



9/ 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 directivas 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.
- · Liderazgo y procesos de influencia.

1 / Aspectos Legales

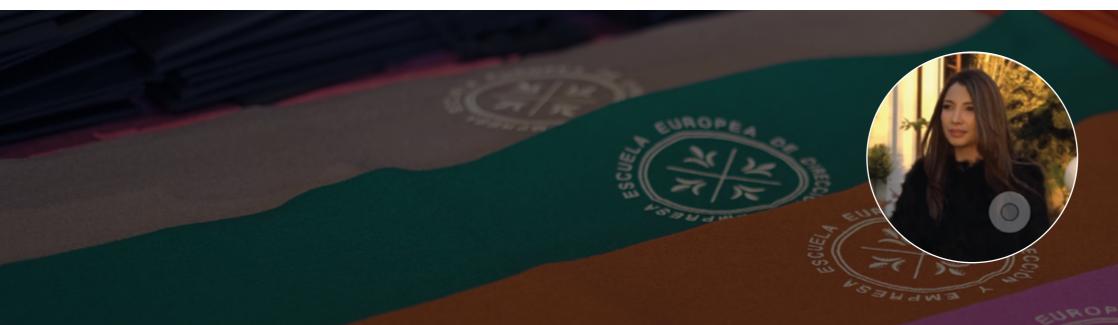
Objetivo:

El empresario y el directivo no necesariamente tiene que ser un profesional del derecho, pero esto no quiere decir que desde el punto de vista de la dirección se desconozcan aspectos jurídicos cruciales y, principalmente cuando se tratan de asuntos mercantiles y fiscales que resultan necesarios conocerse para desarrollar dirección de la empresa con seguridad y confianza. Así, el estudio del área legal va a permitir al alumno estar en condiciones de conocer aspectos tan importantes como:

- · Implicaciones jurídicas de los distintos tipos de sociedades mercantiles.
- · Implicaciones y responsabilidades jurídicas de la actividad empresarial.
- · Conocerlasalternativas más ventajos asparala contratación internacional e implementación de negocios en España.

Contenido:

- · Las sociedades de capital.
- · Nuevos modelos societarios en el ámbito internacional.
- · Proceso de creación de empresas.
- · Ámbito impositivo de las sociedades. El impuesto de sociedades.



Katherine Gaibor

Alumna de Máster en MBA

Katherine Gaibor es ecuatoriana y ha estudiado el MBA-Máster en Administración y Dirección de Empresas en EUDE Business School. Ella decidió dar un paso más en su carrera y vino a Madrid para cumplir sus metas personales y profesionales.

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, en 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:

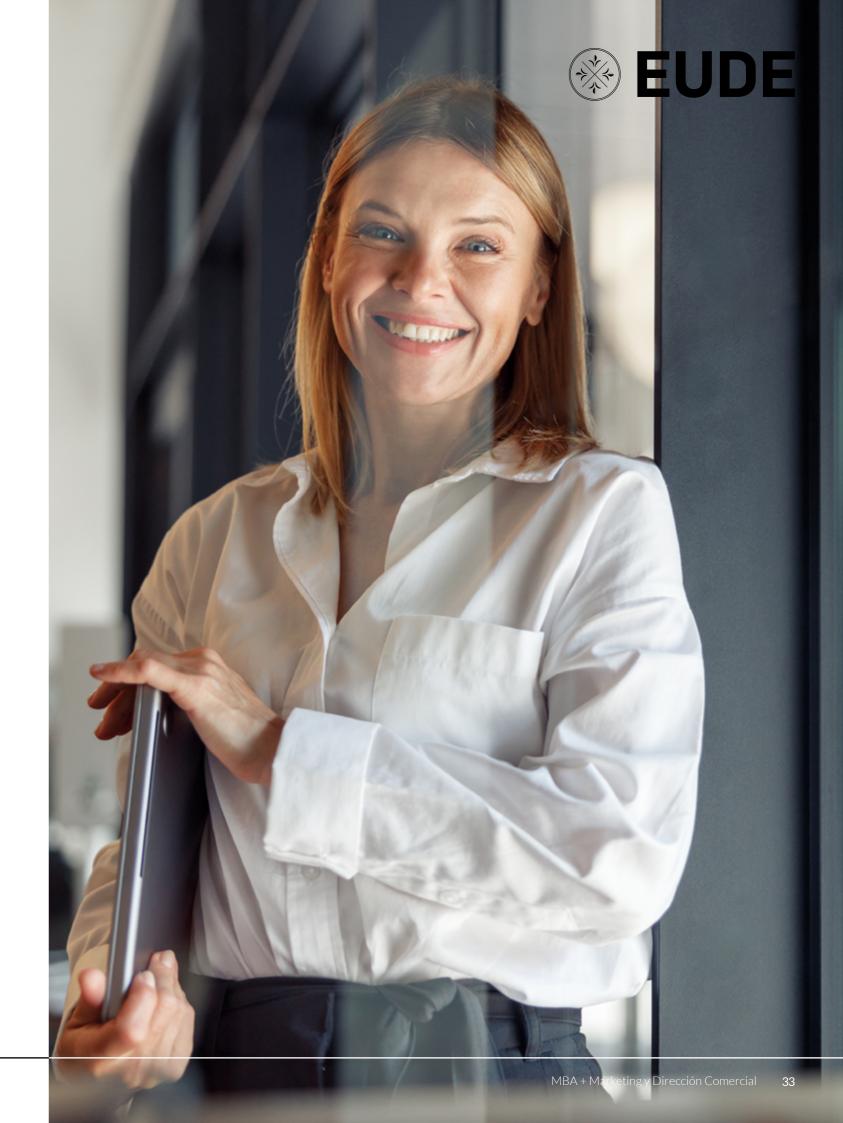
- · Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- · Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el programa MBA.

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

En modalidad Online el Proyecto Fin de Máster supone el estudio y la realización de actividades en cada uno de los módulos que son parte formal del plan de investigación.

Prácticas (solo para Modalidades Presenciales)

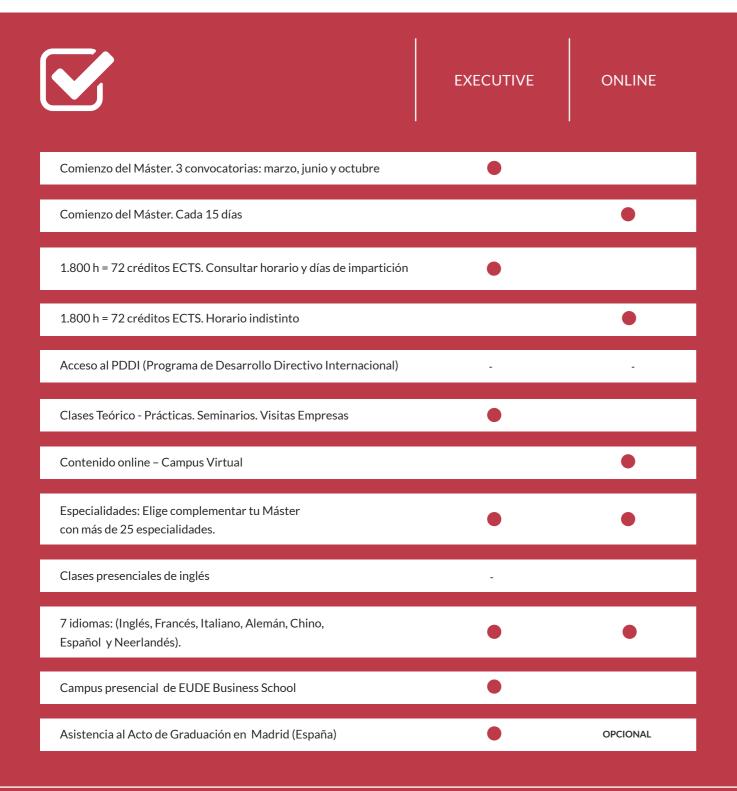
EUDE en su apuesta por la formación integral de profesionales, el plan de estudios presencial ofrece la posibilidad de realizar prácticas en España sin vinculación laboral, con el objeto de ampliar los conocimientos obtenidos y mejorar las capacidades y habilidades adquiridas con una experiencia real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





Máster en Marketing y Dirección Comercial

Datos Clave





Máster en Marketing y Dirección Comercial

Ventajas de nuestro Máster

EUDE Business School

01. Visión global

Enfoque estratégico e innovador de Marketing para empresa. Desarrollo de modelos de negocios, orientación al emprendimiento y creación de start-ups.

O2.

Marketing
Oriented

Neuromarketing, CRM, Investigación de mercados. Herramientas digitales para generar engagement.

O3.
Contenido
& Inboud
Marketing

Nuevas formas de conectar con los consumidores desde enfoques de contenido y emocionales Comunicación 360, Marketing de guerrilla, Social media.

O4.

Design
Thinking

Nuevos productos, canales digitales y de distribución. Dirección y gestión de equipos comerciales.

1 / Dirección estratégica de la empresa

El objetivo general de esta área de conocimiento persigue preparar a los participantespara la comprensión de los elementos básicos de la Dirección Estratégica, de modo que,el alumno esté en condiciones de realizar

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

Dirección de Marketing

El objetivo general de esta área es que el estudiante comprenda la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos, y la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing.

- · Comprender y llevar a la práctica la segmentación de mercados.
- · Analizar el entorno.
- · Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa, entre otros.
- · Marketing Estratégico
- · Imagen, marca y reputación.





3/ Dirección Financiera

- · El área de conocimiento de Dirección Financiera, introduce al estudiante en los conceptos fundamentales de la información económico-financiera de la empresa y de los documentos donde se soporta (Balance, Cuenta de Resultados, Plan de Tesorería, Sistema de Costes, Plan de Inversiones y Financiación, etc.). La adecuada comprensión y manejo de la información económico-financiera es clave para la correcta toma de decisiones empresariales y la optimización de resultados.
- · Introducción a las Finanzas.
- · Análisis de Información Financiera.
- · Evaluación y Valoración de Inversiones.

/ Investigación de Mercados y toma de decisiones de Marketing

En el área de Investigación de Mercados y Toma de Decisiones en Marketing, el estudiante aprenderá cuáles son las diferentes fuentes y técnicas para la obtención de información objetiva como base del proceso de toma de decisiones en el ámbitocomercial y de marketing.

- · Desarrollo de técnicas, cualitativas y cuantitativas de la investigación comercial.
- · Diseño de cuestionarios, análisis de datos e información.
- · Comprender el comportamiento del consumidor.
- · Aplicación al proceso de toma de decisiones.
- · Investigación de Mercados
- · Comportamiento del consumidor
- Neuromarketing

En este apartado, los contenidos que se plantean son los siguientes:

- · El origen de la neuroeconomía y del neuromarketing
 - · El cerebro del cliente como objetivo fundamental del marketing.
 - · Evolución histórica del neuromarketing.
- · Cómo funciona el cerebro del consumidor
 - · Neurociencia básica para comprender el neuromarketing.
 - · Métodos cerebrales implicados en la toma de decisiones.
 - · Cómo tomamos decisiones. Equilibrio entre el sistema de recompensa cerebral y el de aversión a la pérdida.
 - · Aprendizaje, memoria y conductas.

5/ Estrategias de Producto y Precio

El objetivo principal de las estrategias de Producto y Precio es desarrollar conceptos, técnicas y herramientas que permiten configurar y optimizar el portfolio de productos de la empresa. Todo ello irá siempre en función del ciclo de vida del producto/s, de la posición de la empresa en su mercado.

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

Estrategias de Comunicación

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

- · Publicidad e imagen.
- · Campañas de comunicación y promoción.
- · Planes de comunicación y planes de medios.
- · Comunicación estratégica: ATL.
- · Comunicación estratégica: BTL.



// Marketing Digital

El objetivo fundamental del Marketing Digital es capacitar al alumno para el manejo estratégico y operativo de las variables básicas del Mix de Marketing aplicadas al entorno digital. Con este módulo el alumno comprenderá los conceptos SEO/SEM, como elemento básico para optimizar la presencia en la red, conocer y manejar las herramientas básicas para el gestor de marketing online.

- · Elaboración de campañas de mailing y marketing viral.
- · Desarrollo y optimización de websites.
- · Los social media y las principales redes sociales.
- · Manejo de las principales herramientas de control y seguimiento de resultados, a través de técnicas de analítica web.

O / Dirección Comercial y Ventas

En el área de Dirección Comercial y Ventas, el participante adquirirá los conocimientos y competencias que le permitan organizar la actividad comercial y de marketing de la empresa frente a los actuales contextos de mercado. Conocer la importancia estratégica que ha adquirido el cliente y la competencia ha obligado a las empresas a emprender las denominadas reingenierías comerciales.

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

O Distribución Comercial y Logística

En el Módulo de Distribución Comercial y Logística, el estudiante adquirirá los conocimientos y competencias para manejar los diferentes canales de distribución, decidir las estrategias más efectivas según los condicionantes de mercado y la posición de la empresa en el mismo, conocer los procesos de comercialización y cómo los distintos canales y circuitos existentes condicionan las decisiones estratégicas comerciales y de marketing de la empresa.

Al mismo tiempo, también se desarrollan los temas relacionados con la gestión logística, el mantenimiento de la cadena de suministro, abastecimiento y distribución de los productos, etc.

10/ CRM y Marketing Relacional

El objetivo general del área de conocimiento de CRM y Marketing Relacional, es orientar al estudiante a profundizar en la importancia del 'Customer Relationship Management' y la gestión de relaciones con los clientes; y en las implicaciones para la empresa.

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

MBA + Marketing y Dirección Comercial



1 1 / Plan de Marketing

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

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

$\frac{12}{\text{Desarrollo}}$ de Habilidades Directivas

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

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

- · Toma de decisiones.
- · Factores relacionados con el desarrollo directivo y que pretenden facilitar las claves requeridas para desarrollar las 'soft skills' que marcan la diferencia entre los profesionales de éxito.

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, en 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 MBA.

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

En modalidad Online el Proyecto Fin de Máster supone el estudio y la realización de actividades en cada uno de los módulos que son parte formal del plan de investigación.

Prácticas (solo para Modalidades Presenciales)

EUDE 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.V







Programas en Habilidades Directivas

Habilidades directivas

El desarrollo de habilidades sociales, el liderazgo, las habilidades comunicativas, la inteligencia emocional y el dominio de los pilares fundamentales del entorno digital tienen una importancia vital hoy en día. EUDE incorpora al programa una serie de módulos formativos que te aportarán un gran valor a nivel profesional y, por supuesto, también a nivel personal. Comprobarás de inmediato los resultados.

- 1 / Haz presentaciones eficaces (8 h.)
- Hablar en público: comunicación cara a cara y por videollamada (8 h.)

- 7/ Asertividad y Empatía (10 h.)
- 8/ Resiliencia (8 h.)

3/ Soft skills (8 h.)

4/ Confianza (8 h.)

- Productividad y foco (8 h.)
- 10/ Habilidades de negociación (8 h.)

- 5/ Toma de decisiones (8 h.)
- 6/ Cómo solucionar problemas (10 h.)

11/ Aprende a pensar (8 h.)

MBA + Marketing y Dirección Comercial



Tu Máster incluye el aprendizaje de 8 idiomas.

EUDE Business School te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. **Elige entre: Inglés, Francés, Español, Italiano, Portugués, Alemán, Chino y Neerlandés**. Dispondrás de la mejor formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

Management Business English Program

EUDE Business School utiliza un método propio con un alto nivel de efectividad en la formación de inglés con base en la **metodología de aprendizaje efectivo**, adquiriendo, profundizando y consolidando el conocimiento del idioma.

Clases con contenido dinámico y variado, trabajando sobre: listening, reading, grammar, speaking, entre otros.

Se modula en distintos niveles, con objetivos y contenidos adaptados, destacando en el NIVEL AVANZADO: un curso de habilidades directivas íntegramente impartido en inglés.

Formación en idiomas

Nuestro programa de aprendizaje de idiomas ofrece soluciones que se adaptan a todas las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes: desde alumnos con exposición limitada a idiomas, a aquellos de nivel intermedio y avanzado que desean mejorar sus resultados académicos y prepararse para el mundo profesional.

Desde EUDE creemos firmemente en la formación 360°, queremos que todos nuestros alumnos de máster tengan un recurso adicional que les permita mejorar o complementar con una formación de un idioma con uno de los mejores métodos que existen en la actualidad en la formación online de Idiomas, ponemos a disposición del alumno una potente herramienta durante su formación para que aprovecha al máximo el tiempo que cursa en nuestra institución.



Claustro Académico de EUDE Business School

Contamos con un claustro de profesores constituido por excelentes docentes y contrastadas trayectorias profesionales en puestos de responsabilidad y dirección en empresas nacionales y multinacionales de renombre. Estos profesores, acompañarán dentro y fuera del aula a los alumnos, ofreciendo atención individualizada, gracias a las diferentes herramientas de comunicación que hoy en día nos brinda internet. Como complemento, también contaremos con profesores invitados.



D. Juan Díaz del Río

Director Académico

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. Carlos Viera

Director del Programa Marketing y Dirección Comercial

Consultor Marketing Online, Partnership de HootSuite para España y Portugal, con más de 15 años de experiencia en publicidad, marketing y comunicación vinculada 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.





D.Javier Lozano

Docente

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 y EUDE Business School.



D. Fernando Moroy

Docente

Consultor financiero Fintech e innovación Digital en banca. Presidente del Chapter de Madrid de la Red de Business Angels Keiretsu de San Francisco. Consultor financiero Fintech e innovación Digital en banca. También es profesor en escuelas de Negocio ente ellas EUDE Business School. Su carrera profesional se ha desarrollado principalmente en el sector financiero, su último cargo fue como Dtor. de Relaciones Institucionales de la Caixa.



D. Carlos Medina

Docente

Directivo del área económico-financiera. He encaminado mi carrera hacia el área financiera y de control de gestión de la empresa y, de manera complementaria, en el ámbito de las personas, pasando por varios sectores productivos. Considero fundamentales valores como la integridad, honestidad y confianza en cualquier posición de responsabilidad. De igual forma, he conseguido compaginar mi habitual actividad profesional con mi otra pasión, la docencia.



D. Luis Gutiérrez-Jodra Gamboa

Docente

Ex Vicepresidente IBM Europe. Ex CEO Logalty España. Actualmente consultor estratégico. Profesor de Dirección Estratégica.

International Senior Executive" con una carrera desarrollada en el sector de las Tecnologías de la Información y en el sector Industrial, habiendo desempeñado en ambos posiciones relevantes de Dirección y Gestión. A lo largo de su trayectoria profesional ha probado con éxito su capacidad de liderazgo con equipos de trabajo muy diversos, internacionales y con diferentes funciones, para integrarlos de forma coherente en la ejecución de una estrategia de negocio eficiente. Trabajó en empresas de instalaciones (ADYCSA) y de Ingeniería (HEYMO) antes de pasar al sector industrial de fabricación (papel y cartón), en donde estuvo 6 años como Director y Apoderado en MICROLAN

MBA + Marketing y Dirección Comercial





D. Jesús Manuel Mena Moreno

Docente

Socio gerente en Quid Business Solutions. Profesor de Dirección de Recursos Humanos. Plataformas y herramientas de formación "llave en mano" para medianas y grandes empresas. Cursos de formación on-line a medida de las necesidades del cliente en el formato más adecuado (scorm, animaciones, vídeo, vídeo enriquecido, motion graphics, etc) Difusión del know-how propio del cliente, creando los elementos necesarios para su conocimiento por parte de toda la organización: Gestión de comunidades de formadores internos.



D. Alejandro Cruz Naimi

Docente

(Senior Environmental & Sustainabilituy Project Manager en EURO-Finding, profesor de Gestión de la Calidad)

Más de 20 años de experiencia y recorrido en el diseño y desarrollo de programas y modelos de gestión de procesos, calidad y mejora, innovación, responsabilidad social y sostenibilidad ambiental. Amplia experiencia y rodaje en el diseño y desarrollo de Programas de Formación (Learning and doing). Ha trabajado para Grandes Firmas: CLH, Solaria, Vodafone, Mondragón MCC Metro de Madrid, para Entidades Financieras, para entidades Asociativas de prestigio y para la Administración.



D. Jesús Jiménez Ortega

Docente

Marketing). Profesional experto en Financiación Especializada de activos a clientes finales y concesionarios; renting, leasing, préstamo, factoring y sindicaciones, en un entorno multinacional y local.

Experto en Soluciones de Movilidad, Optimización de Costes y Tiempo. Orientado a la consecución de los objetivos marcados, gestión de equipos, gran capacidad para solucionar problemas, visión estratégica e iniciativa para identificar oportunidades. Emprendedor, creativo, dinámico, flexible y versátil.

KAM Large Corporate en LeasePlan. Profesor de Dirección de



D. Jaime Rubiano

Docente

Head of Innovation en Mutualidad Arquitectos Técnicos y Químicos de Madrid. Profesor de Innovación y emprendimiento.

Sectores: Financiero, servicios, salud, gobierno. Especialidades: Gestión de proyectos. Gestión de la innovación (consultor 166002). Canales electrónicos y transformación digital. Gestión de equipos BPO y Contact Center. Gestión proyectos eLearning.

MBA + Marketing y Dirección Comercial





D. Iñaki Acosta Barrera

Docente

Iñaki Acosta Barrera, profesor asociado de EUDE Business School en el máster de Comercio Internacional. Imparte las asignaturas de Marketing Internacional y Análisis de Riesgo, País.

Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos. Ingeniero Obras Públicas. Executive MBA.Con más de veinte años de experiencia laboral, ha desarrollado su labor como directivo en empresas de construcción, maquinaria, energía y proyectos EPC, realizando labores de Consultoría en temas de comercio exterior, Supply Chain management, estrategia y modernización empresarial.

Actualmente es Managing Partner - Jump Internacional.



D. José Manuel Muñoz Puigcerver

Docente

Director del Máster en Comercio Internacional en EUDE Business School. Todos sus estudios los ha realizado en la Universidad CEU San Pablo. Allí ha realizado una Licenciatura en Economía, Especialidad en Economía Internacional, un Máster en Relaciones Internacionales y se ha doctorado como Doctor en Economía, Análisis Económico y Economía Aplicada. En su andadura académica ha estado en las más prestigiosas Escuelas y universidades nacionales e internacionales.



D. Borja Roibás

Docente

Consultor financiero en Mercados de Valores desde 1999 en salas de tesorería y cotización de opciones financieras. Comenzó su carrera en Natwest y continuó en Citibank Internacional donde fue coordinador de ventas de warrants en España y Portugal. Tras varios años, prosiguió su carrera en Consultoría mientras compatibilizaba su trabajo con formación en empresas y diversas Escuelas de Negocio.



Da. Carmen Bermejo Siller

Docente

Doctora en Comunicación organizacional, publicista, experta en marketing y desarrollo de estrategias. Experiencia profesional en el sector público y privado en áreas de desarrollo e investigación de mercados, en la actualidad investigadora comunicacional.





D. Paolo Lombardo

Director del Máster en RR.HH: Gestión y Dirección de personas 4.0

Licenciado en Psicología. Director Máster de RRHH: Gestión y Dirección de Personas 4.0. Máster en Desarrollo Organizacional. Máster en Coaching Personal, Ejecutivo y Empresarial. Profesor de Psicología Experimental y Psicología clínica. Universidad Central de Venezuela. Director de Recursos Humanos. Pandock c.a. Licenciado en Marketing y Administración de Empresas (ESEM). Máster en Comercio Internacional (Cámara de Comercio de Madrid).



D. David Fernel Cristóbal

Docente

Ingeniero de Minas por UPM. Gerente de Negocio en Mutua Madrileña. MBA por el Instituto de Empresa. MDA por ICEA. 18 años de experiencia en Desarrollo de Negocio, Innovación y Organización, en diferentes sectores de actividad (Asegurador, Financiero, Utilities, Automoción,...). Docente en Eude en los Masters MBA y MBA Executive (Innovación y Tecnología) y Marketing y Dirección Comercial (Transformación Digital). Mentor de proyectos de innovación y formador en el ámbito empresarial.



D. Manuel Yébenes Marull

Docente

Coordinador RSC-Departamento de Sostenibilidad y Relación con Stakeholders en CECABANK. Dirección del área financiera) Licenciado en Derecho y Finanzas, con Máster Financiero-Bursátil y Experto en Sostenibilidad y Finanzas. Larga trayectoria profesional en Banca, con una visión global del sector (Retail y Corporate) y de los Mercados Financieros. Especializado en Sostenibilidad y Finanzas, tengo bagaje que incluye enriquecedoras experiencias internacionales en Estados Unidos (Merrill Lynch) y Reino Unido (Royal Bank of Scotland), entre otras entidades financieras de gran prestigio, como Morgan Stanley, donde inicié la carrera profesional. Actualmente es Coordinador de la RSC del Banco CECABANK en el departamento de Sostenibilidad y Relación con Stakeholders.



D. Arturo Gerrero

Docente

Más de 10 años de experiencia trabajando como consultor con numerosos clientes de primer nivel tanto en EMEA como en LATAM. Ha liderado exitosos proyectos de implementación de la Experiencia del Cliente en IBM, actualmente desempeñando labores de Technical Sales Engineer en IBM Watson Customer Engagement team.





D. Jacek Waszkiewicz

Director del Máster en Marketing y Dirección Comercial

Licenciado en Dirección de Empresas y Marketing y MBA. Hadesarrollado su carrera profesional como Director de marketing DEI Andorra, Director de marketing y desarrollo en PCE Polonia. Responsable de marketing e investigación en ZMK Pozna y como Consultor de Marketing para varias empresas a nivel nacional e internacional. Actualmente, es el director del Máster en Dirección y Marketing en EUDE en su modalidad online.

Con más de 15 años de experiencia en el área de Marketing, probada en diferentes países como Polonia y España. Durante su carrera laboral ha desempeñado funciones como análisis de tendencias de mercado, desarrollo de estrategias y mejora de la imagen de la empresa, asesoramiento en estrategias internacionales, desarrollo del CRM de la empresa, optimización de recursos de marketing, etc. Actualmente, es el director del Máster en Dirección y Marketing en EUDE en su modalidad online.



D. Alejandro Vázquez Carús

Docente

Responsible for the whole media strategy of the theatrical releases: Lucas Films, Marvel, Disney & Disney. Pixar Studios. Including ATL as Free TV & Pay TV, Digital, Outdoor, Radio, Print, cinema... And BTL as sponsorships, events, especial actions, branded content through influencers, big initiative, as Face the Force Star Wars Exhibition, etc.



D. Jerónimo Bascoy Nieto

Docente

CCO - CMO.

Profesional en Gestión de Equipos de Ventas.

Profesional con amplia experiencia en Dirección Comercial, Dirección de Cuentas. Gestión

Comercial y Consultoría de Marketing y Ventas.



D. Jaime Rubiano

Docente

Director proyectos y servicio para LATAM, Director en Comercio Electrónico y Servicios al Cliente, Consultor y Docente. Sectores: Financiero, servicios, salud, gobierno. Especialidades: Gestión de proyectos. Gestión de la innovación (consultor 166002). Canales electrónicos y transformación digital. Gestión de equipos BPO y Contact Center. Gestión proyectos eLearning.

Docencia:

- Gestion de la innovación y la tecnología
- Experiencia de Cliente
- Modelamiento de procesos BPMN
- UNE 166002
- Atención telefónica (ventas y servicio)
- Gestión de Calidad





D. Alejandro López-Rioboo

Docente

Antipodes connects publishers with demand for video inventory. We enable publishers to maximize yield and efficiency. We provide an end-to-end programmatic solution that drives maximum return on inventory. Antipodes delivers programmatic tools for the buying of video advertising across all screens. We offer a wide range of solutions to help advertisers meet their goals.

Además es profesor asociado de Estrategias y Proyectos Digitales; Mobile Marketing, en el máster de Marketing Digital de EUDE Business School.



D. Antonio de la Torre

Docente

Ingeniero industrial por ICAI especialidad en Organización Industrial. Director General de AQG Bathroom & Design SL. Máster en dirección general por el IESE. Desde 2017 docente en EUDE Business School impartiendo clases de Dirección y Organización así como de Estrategia Empresarial en másteres y estudios especializados. Director Corporativo de HSQE (Calidad, Prevención y Medioambiente) en ABENGOA SOLAR. Perfil multidisciplinar. Ha desarrollado su vida profesional en puestos de Operaciones, Ventas, Consultoría, Dirección General, tanto en empresa propia como en otras corporaciones. Carrera internacional incluyendo residencia durante 8 años en varios países de Latinoamérica y EE.UU. y viajes a múltiples países en Europa, Asia y Oriente Medio.



D. Jerónimo Bascoy Nieto

Docente

CCO - CMO.

Profesional en Gestión de Equipos de Ventas.

Profesional con amplia experiencia en Dirección Comercial, Dirección de Cuentas. Gestión

Comercial y Consultoría de Marketing y Ventas.



D. Juan Moyano

Docente

Growth Hackery Consultor de Marketing Digitales una pasionado del marketing desde siempre. Con 23 años de experiencia en diferentes empresas multinacionales y sectores cuenta con una visión amplia y en profundidad de las principales disciplinas del marketing digital como son la estrategia digital enfocada a la consecución del túnel AAARR del Customer Journey, posicionamiento SEO, analitica web, CRO y campañas específicas de captación tanto en motores de búsqueda (SEM) así como en Social Media.





D. Julio Palomino Arroyo

Docente

Consultor de Estrategia Digital, especializado en Proyectos on-off, Marketing Digital, Ecommerce y Transformación Digital con más de 25 años de experiencia. Actualmente colaboro con PSS DIGITAL siendo el Responsable del Área de Marketing y Estrategia Digital en España. Formé parte de la multinacional RICOH IT SERVICES, como "Ecommerce Senior Advisor para España" en el área de Transformación Digital. Ayudábamos en el crecimiento del negocio y la eficiencia de las compañías a través de su transformación Digital. ECOMMERCE MANAGER de PANGEA - "The Travel Store- La Tienda de Viajes más Grande del Mundo".



D^a, Sara Dlez

Docente

- Cargo actual. Digital Analyst & SEO specialist
- Breve descripción del perfil profesional (Bio) Entre 40 y 80 palabras. Encargada de medir, recopilar, analizar y reportar los datos recogidos de cualquier acción realizada online. Ayudo a las empresas a medir resultados con el fin de que puedan tomar decisiones en base a los datos recogidos. Especialista en diferentes sectores B2B y B2C. Asimismo, me encargo de analizar y optimizar sitios web con el objetivo de mejorar su visibilidad en los resultados orgánicos de los buscadores



D. Nicolás Martínez

Docente

Empresario madrileño con más de 20 años de experiencia en la creación, gestión y compra/venta de Pymes en sectores tales como Automoción, Inmobiliario, Energías Renovables y Call Center. Formado en Dirección Empresarial, Marketing y Coaching Ejecutivo.



D^a. Amanda Pons Pérez

Docente

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Creatividad Publicitaria en Zink!. Antes de su llegada a la publicidad trabajó como directora de producción en proyectos cinematográficos a nivel nacional e internacional y dirigió las Jornadas de Webseries y el Festival Español de Webseries. Con más de 9 años de experiencia, en el 2014 ganó el Sol de Oro a Jóvenes Creativos para el cliente Nescafé y cuenta con otros premios de festivales como Inspirational. El Sol o EFI. Ha trabajado para Havas, BTOB, TBWA y Xiaomi, en el que fue la Marketing Manager de POCO en España. Colabora en la asociación de Innovación Audiovisual donde investiga sobre contenido y storytelling y está desarrollando su doctorado en Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid. Compagina su investigación con proyectos de consultoría que abordan el desarrollo de estrategias de contenido y redes sociales.





D^a. Patricia Hidalgo

Docente

Trayectoria profesional orientada a la identificación y desarrollo de negocio B2B, análisis y planteamiento de proyectos estratégicos en grandes cuentas nacionales e internacionales. 17+ años de experiencia en planteamiento y desarrollo de proyectos de consultoría, BPO, BPM, y operaciones en entornos de procesos financieros.



D^a. Sara de la Torre

Docente

Directora independiente de proyectos digitales de comunicación y marketing. Asesora sobre estrategias, implementación, presupuestos, benchmarks, consultoría de marca... Ayuda a construir o reforzar la identidad digital de empresas, productos, asociaciones... Trabaja en proyectos de comunicación y marketing digital desde 1.999. Ha sido la responsable de numerosos proyectos social media, como la creación y desarrollo de perfiles sociales para comunicación de marca y productos de ocio.



D. Germán Peruyero

Docente

Soy un apasionado del retail y la negociación. He tenido la suerte de desarrollar micarrera en grandes multinacionales en 3 departamentos clave: Marketing, Compras y Ventas...y siempre con la mente puesta en cómo satisfacer las necesidades del consumidor.



D. Borja López-Gómez

Docente

Máster Europeo en Publicidad Digital y Marketing Online por ESIC-ICEMD y Máster en Dirección de Marketing Deportivo.

6 años ejerciendo como periodista y 9 años como especialista en redes sociales. Desde 2013, colidera el departamento de Social Media de Shackleton Buzz&Press.





D^a Alba Díaz Cabrerizo

Docente

Doble graduada en Derecho y ADE con experiencia en marketing digital, consultoría estratégica y venta. Management Consultant en Accenture con amplia experiencia en el sector bancario (Bankia, Banco Santander y Banco Popular) y sector de telecomunicaciones (Vodafone y Orange), en proyectos dedicados a creación de estrategia digital y mejora de procesos. Actualmente trabajando en Google como especialista de performance gestionando clientes de grandes cuentas.



D^a. Leyre De Cepeda

Docente

+10 years of experience in the marketing and communication industry. I combine my main role as a Communication Specialist with teaching in the University. Actually I have more than 300 students in my classes learning about how the #DigitalTransformation involve our lives in different environments from the #Neuroscience perspective.



Da. Gabriela Rabinowich

Docente

Con más de 25 años de experiencia profesional ha trabajado en medios de comunicación y en publicidad para grupos como Prisa, Mediaset y Boing donde encontró su pasión: los niños y el emprendimiento y así nació KIDSMEDIA, agencia que dirige y gestiona prestando proyectos especializados en los niños y sus padres con publicidad a través de 4.000 apps de juegos en el movil/tablet.





D. Xavier Ramírez

Docente

Más de 15 años trabajando como consultor de marketing, investigación de mercado y comunicación. Ayudo a marcas, negocios y personas a conseguir sus objetivos con la mejor estrategia posible.



D^a. Edgar Barroso

Docente

Well over 10,000 hours of consulting, training, and teaching professionals from around the world (70 + countries).

After a professional career throughout several countries and investing, operating or developing several franchise networks (Telepizza®, Cash Converters®, The Clean House®, etc.), I'm now running the AVERTICA® Consulting Group, a consulting company that focuses on international projects and franchise systems as well as on higher education and training systems (AVERTICA Higher Education Systems® and Top Social Power®).

Throughout my career, and over 20 years of international and domestic experience (France, Mexico, Spain and the U.S.A primarely), I have utilized my entrepreneurial, leadership, planning, and managerial skills to consistently create new business ventures, pinpoint business opportunities, open and develop new markets, increase revenues, reduce costs, and spearhead projects of quality control, international standards and service excellence.



EUDE Businness School es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral. En cada uno de los módulos que conforman el máster, se analizarán situaciones reales de empresas, apoyándonos en la metodología del caso, animando a trabajar y tomar decisiones en grupo.

Gracias a los acuerdos que EUDE mantiene con grandes empresas, se ha logrado que el 95% de sus alumnos encuentren trabajo o mejoren su situación laboral.



Cristina Rosal

Alumna de Máster en MBA

"Si tuviera que elegir, volvería a repetir esta aventura y realizar este máster. Está cumpliendo con todas mis expectativas, y sin duda, estoy viviendo una experiencia profesional y personal muy enriquecedora"







































PRIMARK.



EUDE Business School tiene un marcado carácter internacional potenciando la internacionalización para lograr un enriquecimiento de la calidad académica de sus programas. En esta línea, desde EUDE se busca colaborar con las Instituciones de Educación Superior con el objetivo de reforzar sus líneas de Internacionalización, dando respuesta a la demanda de los alumnos y a los lineamientos establecidos por las autoridades gubernamentales en materia de Educación de cada país.

EUDE Business School en unión con las Instituciones de Educación Superior promueve un Programa de Buenas Prácticas en Internacionalización. Este programa responde a una necesidad planteada por las Universidades para fortalecer su Internacionalización, pretendiendo dar respuesta a cada uno de los lineamientos establecidos en el cumplimiento de los estándares de acreditación de alta calidad.



























EUDE Business School trabaja con más de 1.200 empresas nacionales e internacionales, con el objetivo de potencializar el desarrollo de los alumnos y empujar su trayectoria profesional.

Nuestros alumnos conforman un capital humano muy heterogéneo, compuestos por perfiles junior, senior y executive, preparados para incorporarse a los distintos departamentos de empresas demandantes de este tipo de recursos.

El 95% de nuestros alumnos mejora su situación laboral. En EUDE Business School no solo nos preocupa tu formación académica, queremos que te conviertas en un líder dentro del mercado.









SONY







accenture

MEDIASETES paña.

Google

INDITEX



En **EUDE Business School** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. El programa se completaría con la oferta voluntaria de al menos 4 visitas a empresas tecnológicas punteras a lo largo del curso académico, acompañados por el director del programa y miembros del claustro académico.

Por ello, como complemento a la formación de posgrado ofrece conferencias y eventos con líderes de empresas a nivel internacional que les permite ampliar sus conocimientos y enriquecer su networking desde el primer día.



Miguel Rodríguez & Alba Díaz

Conferencia Google

Miguel Rodríguez, Account Manager Google Large Customer Sales y Alba Díaz, Performance Specialist de Google, compartieron todas las innovaciones y propuestas tecnológicas que están preparando desde la compañía.



Fernando Moroy

Consultor financiero e Innovación Digital

EUDE Business School celebró su Innovation & Business Month. Un ciclo de conferencias en el que grandes profesionales del sector hablaron sobre emprendimiento, innovación y negocios. Fernando Moroy, Consultor financiero Fintech e Innovación Digital en banca, fue el encargado de impartir la segunda conferencia en la que expuso cómo interviene la financiación en el proceso de emprendimiento y qué factores son decisivos para alcanzar el éxito.



Juan Villanueva

Socio Director Darwin Social Noise up

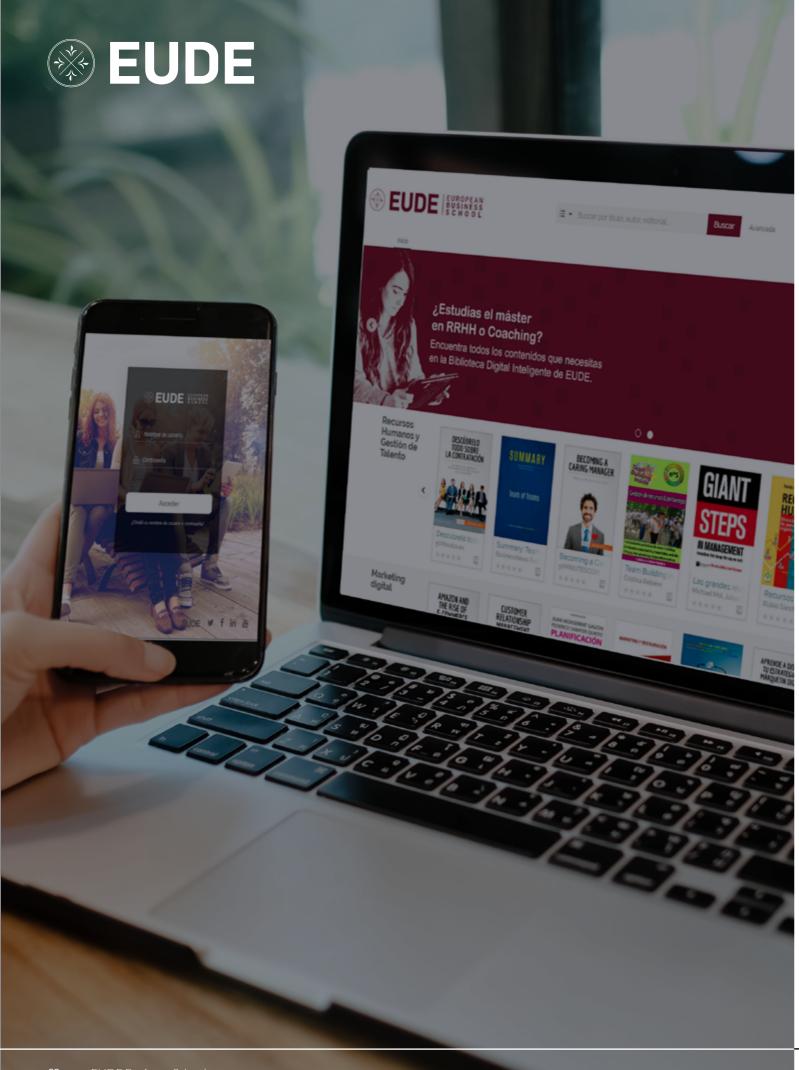
EUDE Business School celebró su Innovation & Business Month. Un ciclo de conferencias en el que grandes profesionales del sector hablaron sobre emprendimiento, innovación y negocios. Juan Villanueva Galobart, Socio Director de Darwin Social Noise Up fue el responsable de la tercera sesión en la que abordó las estrategias de marketing centradas en el modelo startup.



Campus presencial

En el centro de Madrid está ubicada la sede principal de **EUDE Business School**, punto de encuentro de líderes de diversas partes del mundo. Lugar donde, además, se llevan a cabo conferencias, eventos, seminarios y charlas concebidas exclusivamente para que nuestros alumnos puedan enriquecer su networking desde el primer día.

Más de 9,000m2 distribuidos entre aulas, zonas comunes, salas de estudio y espacios de co-working. Un complejo pensado para el uso y disfrute de los profesionales que desarrollan sus estudios superiores en nuestra escuela. El acceso al campus tiene conexiones directas de transporte público (estaciones de metro, autobuses y taxis).



Campus virtual

EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología online de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación online del mundo.

La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible.

No estarás solo durante tu formación. Asiste a nuestras sesiones presenciales virtuales en directo con los docentes más expertos y comparte la experiencia con tus compañeros. Desarrolla tus habilidades comunicativas. Deja que nuestro equipo de orientadores, tutores y docentes te asesoren.

Además de poder acceder a una Biblioteca Virtual con más de 10.000 títulos de consulta desde artículos científicos, revistas, novelas, estudios. Todas las fuentes bibliográficas indispensables para cada especialidad, sin restricciones y de forma rápida.



CAMPUS MADRID

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE. 28033. Madrid, España. (+34) 91 593 15 45

DELEGACIÓN COLOMBIA

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC, +57 1 5085740 +57 1 5085741

DELEGACIÓN ECUADOR

C/Catalina Aldaz y Portugal , Edificio La Recoleta,
Oficina 71. 7mo piso Quito
593 2 4755550

www.eude.es