



EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL
ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA



LÍDERES CON VISIÓN GLOBAL

MBA + Marketing Digital

EXECUTIVE // ONLINE



Más de 25 años formando a los mejores líderes del mañana

MBA + Marketing Digital

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 Digital

40/ Programa

Máster en Marketing Digital

66/ Programas expertos e Idiomas

Formación incluida con tu Programa

70/ 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 Digital, 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 ofrecer **alternativas adaptadas a las necesidades** de los alumnos y sobre todo del mercado.

Pilares de EUDE

Amplia oferta académica especializada en el ámbito empresarial y tecnológico con orientación al negocio y énfasis en el emprendimiento.

Conexión profesional, a través de una **bolsa de empleo** propia, **talleres** en grandes empresas **y seminarios** con profesionales.

Compromiso
EUDE

¿Qué es el Compromiso EUDE?



EXPERIENCIA

1/ 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

2/ 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 y posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.

LIDERAZGO

3/ Reconocida, por 5º 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

4/ 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.

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.



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



Máster en

MBA (Dirección y Administración de Empresas)

EXECUTIVE // ONLINE

01 / Dirección y Organización de la Empresa

02 / Estrategia de la Empresa

03 / Dirección Estratégica del Capital Humano

04 / Dirección de Marketing, Gestión Comercial y Marketing Digital

05 / Dirección Financiera

06 / Comercio Exterior

07 / Dirección de operaciones Logística y Calidad

08 / Emprendimiento, Innovación Tecnológica y Métodos para la Innovación

09 / Eficiencia Directiva

10 / Aspectos Legales

MBA (Dirección y Administración de Empresas)

Datos Clave



EXECUTIVE

ONLINE

Comienzo del Máster. 3 convocatorias: marzo, junio y octubre	●	
Comienzo del Máster. Cada 15 días		●
1.800 h = 72 créditos ECTS. Consultar horario y días de impartición	●	
1.800 h = 72 créditos ECTS. Horario indistinto		●
Acceso al PDDI (Programa de Desarrollo Directivo Internacional)	-	-
Clases Teórico - Prácticas. Seminarios. Visitas Empresas	●	
Contenido online - Campus Virtual		●
Especialidades: Elige complementar tu Máster con más de 25 especialidades.	●	●
Clases presenciales de inglés	-	
7 idiomas: (Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés).	●	●
Campus presencial de EUDE Business School	●	
Asistencia al Acto de Graduación en Madrid (España)	●	OPCIONAL



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.

03. 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 las 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.

Contenido:

- 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.



Guillermo Güerci

Alumno de Máster en MBA

“Elegí EUDE porque personas que habían estado previamente en la escuela, me habían hecho muy buenas recomendaciones con respecto principalmente a su plantel docente”.



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:

- Identificar criterios y desarrollar la metodología 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.

Contenido:

- 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.

Contenido:

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



4/ Dirección de Marketing, Gestión Comercial y Marketing Digital

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 estrategias 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 Digital, 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.

Contenido:

- 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 Digital: 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.

Contenido:

- 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.



6/ 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.

8/ 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 como pilares básicos sobre los que 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.

Contenido:

- 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.

10/ 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.
- Conocer las alternativas más ventajosas para la 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.✓



Máster en Marketing Digital

EXECUTIVE // ONLINE

- | | | | |
|------|---|------|---|
| 01 / | Introducción al Marketing Digital | 13 / | Digital Media Planning |
| 02 / | Estrategias y Proyectos Digitales | 14 / | Social Media Strategy Digitales |
| 03 / | Transformación Digital | 15 / | Email Marketing |
| 04 / | CX: Customer Experience | 16 / | Inbound Marketing |
| 05 / | Diseño y Desarrollo de Websites | 17 / | Search Engine Optimization - SEO |
| 06 / | Inteligencia artificial y Aistentes Virtuales | 18 / | Search Engine Marketing - SEO |
| 07 / | Plan Estratégico del Comercio Electrónico | 19 / | Plan de Marketing Digital |
| 08 / | Soluciones Tecnológicas | 20 / | CRM y Growth Hacking |
| 09 / | E-Commerce | 21 / | Business Intelligence: Big Data |
| 10 / | Mobile Marketing | 22 / | Analítica Web |
| 11 / | Publicidad Digital | 23 / | Google Analytics |
| 12 / | Affiliate Marketing | 24 / | Legislación, Seguridad y Privación en las Redes |

Máster en Marketing Digital

Datos Clave



EXECUTIVE

ONLINE

Comienzo del Máster. 3 convocatorias: marzo, junio y octubre	●	
Comienzo del Máster. Cada 15 días		●
1.800 h = 72 créditos ECTS. Consultar horario y días de impartición	●	
1.800 h = 72 créditos ECTS. Horario indistinto		●
Acceso al PDDI (Programa de Desarrollo Directivo Internacional)	-	-
Clases Teórico - Prácticas. Seminarios. Visitas Empresas	●	
Contenido online - Campus Virtual		●
Especialidades: Elige complementar tu Máster con más de 25 especialidades.	●	●
Clases presenciales de inglés	-	
7 idiomas: (Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés).	●	●
Campus presencial de EUDE Business School	●	
Asistencia al Acto de Graduación en Madrid (España)	●	OPCIONAL



Ventajas de nuestro Máster



01. Visión global

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

02. Marketing Oriented

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

03. Contenido & Inboud Marketing

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

04. Design Thinking

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

1/ 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?

- La nueva era digital.
- Marketing Tradicional vs. Marketing Digital.
- Estilos y modelos en la dirección.
- Comunicación bidireccional.
- Nuevas tendencias digitales.

2/ 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.





3/ 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.

4/ CX: Customer Experience

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.

5/ Diseño y Desarrollo de Websites

Objetivo:

Introducción al diseño y desarrollo de websites.

Contenido:

- Planteamiento del sitio web.
- Estructura de la información.
- El diseño responsive.
- La maqueta (mockup).
- Color y tipografía.
- Elementos gráficos.
- Dominio y hospedaje.
- El escritorio de WordPress.
- Temas, contenido, plugins y menú principal.

6/ Inteligencia Artificial y Asistentes Virtuales

Objetivo:

Obtener un conocimiento inicial teórico, siempre con un eminente enfoque práctico, sobre los componentes y problemáticas de la inteligencia artificial y las diferentes aplicaciones en la industria en la actualidad, haciendo hincapié en los asistentes virtuales como nuevo modelo de relación con el cliente.

Contenido:

- Aprender el papel de la Inteligencia Artificial en el mundo actual y tener un enfoque a futuro sobre los avances tecnológicos.
- Identificar y entender diferentes términos del entorno de la Inteligencia Artificial.
- Conocer las diferentes aplicaciones de la Inteligencia Artificial en la actualidad y sus posibles futuros casos.
- Conocer e identificar componentes del diseño de una solución de Inteligencia Artificial.
- Desarrollar una primera aplicación con inteligencia artificial: crear tu primer Chatbot con la Plataforma IBM Watson.



7 / 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 4P's a las 4C's.
- Estrategias de producto.
- El precio como variable estratégica.

8 / 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.





9/ E-Commerce

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.

10/ 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.

11/ 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 usan en la web.

Contenido: ¿Dominas los nuevos formatos en publicidad digital?

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

12/ Affiliate Marketing

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.





13/ 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.

14/ 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.

15/ Email Marketing

Objetivo:

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

Contenido: ¿Conoces 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.

16/ Inbound Marketing

Objetivo:

Desarrollar campañas basadas en Inbound Marketing que logren atraer la atención de los clientes para posteriormente generar fidelidad en su relación con la empresa.

Contenido: ¿Aplicas técnicas de Inbound Marketing?

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





17/ Search Engine Optimization - SEO

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.

18/ Search Engine Marketing- SEM

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 en AdWords.
- Herramientas de apoyo en AdWords

19/ 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.

20/ CRM y Growth Hacking

Objetivo:

Profundizar en la importancia del Customer Relationship Management dentro del entorno digital como herramienta de gestión y entendimiento del cliente. Establecer procedimientos y acciones orientadas al cliente. Familiarización con los conceptos de CRM. Diseñar una estrategia de contactos que cubra la vida del cliente.

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

- Filosofía CRM.
- Data Mining y CRM Analítico.
- Métricas de calidad de servicio.
- Entender cómo el churn afecta a nuestro negocio.
- Conocer los habilitadores que tenemos al alcance.
- Maximizar la minería de datos para mejorar nuestra segmentación.
- Seguimiento, optimización y reporting.
- Marketing de Afiliación.





21/ Business Intelligence: Big Data

Objetivo:

Aprender los procesos de recogida, distribución, análisis y monitorización de la información de usuarios y clientes. Valorar la toma de decisiones en base a la data recogida que fomente el crecimiento de la empresa. Conocer el Big Data como fórmula para optimizar las acciones de marketing.

Contenido:

- Las 7Vs del Big Data.
- Modelos predictivos y prescriptivos.
- Bases de Datos.
- Regulación e innovación del big data.

22/ 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.

23/ Google Analytics

Objetivo:

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

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

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

24/ Legislación, Seguridad y Privacidad en las redes

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 a 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, 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.

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.

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.)

2/ 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.)

9/ 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.)

Idiomas

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 del Máster en MBA (Dirección y Administración de Empresas)

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 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, Profesor del área de Management y Dirección Estratégica. 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

Docente

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. Carlos Medina

Docente

Actualmente es profesor de Finanzas en las Áreas de MBA, Marketing y RRHH. Encargado de la Dirección Económico Financiera y de RRHH de los Colegios Claretianos, Fundación Compostela y ACL Servicios Auxiliares.

Entre las funciones que desempeña están:

- Planificación estratégica de grupo de la gestión económica y financiera de los Centros.
- Control de Gestión y Financiero. Análisis de Estados Financieros.
- Seguimiento presupuestario y análisis de desviaciones.
- Coordinación y formación de los equipos de administración de los Centros.
- Dirección del Dpto. de RRHH (nóminas y gestión laboral). Selección, retribución y desarrollo.



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. CEO de SDSFIN (Gestión Digital y Sostenibilidad de Finanzas). También es profesor en escuelas de Negocio entre 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. 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



D. Alejandro Cruz Naimi

Docente

(Senior Environmental & Sustainability 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

KAM Large Corporate en LeasePlan. Profesor de Dirección de 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.



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. 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.



D. Javier Sanz

Docente

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; Director General de PROSECORBI INTERNACIONAL Trading de productos y servicios en import-export dentro de los sectores agroindustriales, alimentación, cosmética y belleza, salud y telecomunicaciones. ARETECH SOLUTIONS como Asesor en Desarrollo Internacional.



D. Miguel Ángel Sánchez

Docente

Director del Máster en Comercio Internacional en EUDE Business School. Cuenta con más de 18 años de experiencia en Sourcing de productos, especialmente en Mercados Asiáticos, amplia experiencia en procedimientos de importación y exportación. Profesor del módulo de Incoterms y Gestión de la compraventa internacional en el máster de Comercio Internacional; y en MBA imparte el Módulo Gestión operativa del Comercio Internacional. Es un entusiasta de ser colaborador y formador en el área internacional de empresa.



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.



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. 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. 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. 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 Digital (Transformación Digital). Mentor de proyectos de innovación y formador en el ámbito empresarial.

EUDE Business 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”



Partners Internacionales en Educación

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.



Partners Corporativos

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.



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.



EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL
ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

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