



EUDE | BUSINESS
SCHOOL

En colaboración con:
U Universidad
Rey Juan Carlos



MARKETING y Dirección **Comercial**

Y Máster universitario
en Alta Dirección

MODALIDADES:
Presencial • Online





índice

1. Datos Clave
2. Ranking
3. Ventajas diferenciales y Convenios Oficiales
4. Contenido del Máster en Marketing y Dirección Comercial y Máster Universitario en Alta Dirección.
 - 4.1. Programa de estudios
 - 4.2. Programas expertos de habilidades directivas
 - 4.3. Módulos para mejorar tu productividad
 - 4.4. Aprendizaje de idiomas
5. Competencias
6. Metodología de estudio
7. Claustro Académico
8. Bolsa de prácticas
9. Campus de EUDE
10. Certificaciones y Reconocimientos

Datos clave

**Modalidad:**

Presencial, online u online con una quincena intensiva en España (junio, julio o septiembre).

**Duración:**

1.500 horas título EUDE, equivalente a 60 ECTS.
60 ECTS título oficial URJC, equivalente a 1.500 h.

**Fechas de inicio:**

marzo, junio y octubre (presencial); cada 15 días (online).

**Horario:**

Presencial: turno de mañana/tarde.
Online: flexible.

**Ubicación:**

Campus de Arturo Soria (Madrid).

**Formación complementaria:**

Programas de habilidades directivas.
Módulos de mejora profesional.

**Metodología:**

Clases Teórico - Prácticas.
Contenido online – Campus Virtual. Seminarios.
Visitas Empresas.

**Idiomas:**

7 idiomas: (Inglés, Francés, Italiano,
Alemán, Chino, Español y Neerlandés).





Rankings



EUDE Business School en el puesto nº 11 del ranking del 2015 de su lista de las Mejores Escuelas de Negocios dentro de España,



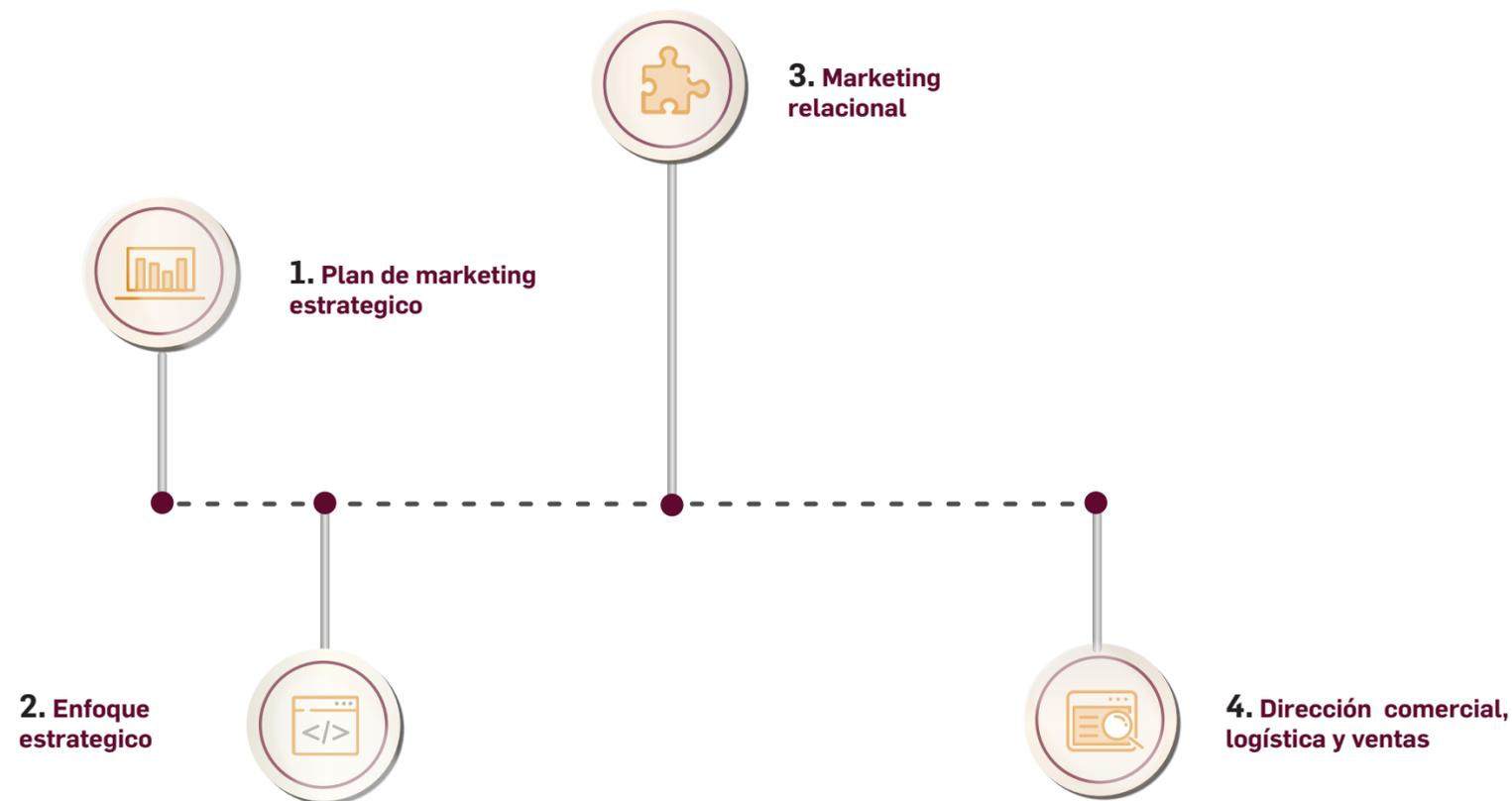
El MBA online aparece, por tercer año consecutivo, en el "Financial Times Online MBA programme listing 2013".



EUDE Business School está situada en el n5 del Ranking de Escuelas de Formación Superior de habla hispana y en modalidad online. (2015).



EUDE es la Escuela de Negocios número uno en España por número de alumnos en postgrado en 2011, 2012 y 2013."



Ventajas

DE ESTUDIAR EL MÁSTER DE MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL Y MÁSTER UNIVERSITARIO EN ALTA DIRECCIÓN

El Máster garantiza la adquisición de conocimientos especializados y de competencias analíticas y profesionales en Administración y Dirección de Empresas para la Alta Dirección. En particular: Análisis de Información contable y estadística, dirección financiera, liderazgo, comportamiento y responsabilidad social, dirección estratégica, dirección comercial, dirección de recursos humanos, contabilidad fiscal, tecnología y dirección de operaciones, y negocios, gobierno y economía internacional.

1. Conocerás los aspectos que deben ser considerados antes de la toma de decisiones estratégicas. Tendrás la capacidad de analizar los condicionantes externos a la organización y como éstos se estructuran tanto en el entorno, como en el mercado, para poder lograr con éxito los objetivos planteados.

2. Aprenderás a tener un enfoque estratégico relacionado con la comunicación de los productos. Para ello profundizarás en las diferentes campañas de comunicación a llevar a cabo, analizando los medios y soportes, y con el objetivo de garantizar el éxito de la comunicación.

3. Customer Relationship Management se ha convertido en una herramienta fundamental con la que podrás conocer a los consumidores y que supondrá la piedra angular de tu vida profesional sobre la que construir estrategias exitosas de Marketing Relacional.

4. Organizarás la actividad comercial y los diferentes canales de distribución y logística en los actuales contextos de mercados, además de asumir la comunicación integral de la empresa gestionando las relaciones con los servicios externos de comunicación.

Convenios PARA OBTENER TU TÍTULO

Contamos con convenios con las mejores Universidades nacionales e internacionales, que te permitirán adquirir una formación avalada de primer nivel. EUDE da respuesta a las actuales necesidades de un mundo global en continua evolución, aportando valor en sus profesiones y contribuyendo al progreso del espíritu emprendedor.

Sin duda, el mejor aval de EUDE es la incansable apuesta por la excelencia académica, la vanguardia tecnológica, la empleabilidad y la conexión con el entorno empresarial a través de sus directivos docentes, seminarios y jornadas de networking.



Programa de estudios

DEL MÁSTER DE MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

DATOS CLAVE

• **DURACIÓN DEL MÁSTER:** 1.500 h.

• **ÁREAS DE CONOCIMIENTO:**

1. Dirección estratégica de la empresa
2. Dirección de marketing
3. Finanzas, presupuestos y análisis
4. Investigación de mercados y toma de decisiones de marketing
5. Estrategias de producto y precio
6. Estrategias de comunicación
7. Marketing Digital
8. Dirección comercial y ventas
9. Distribución comercial y logística
10. CRM y Marketing relacional
11. Plan de marketing
12. Habilidades directivas

• **PROYECTO FIN DE MÁSTER**

1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

Objetivo: Preparar a los participantes para la comprensión de los elementos básicos de la Dirección Estratégica, de modo que, el estudiante 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.

Contenido:

- Concepto y evolución de la Estrategia.
- Objetivos estratégicos de la empresa.
- El proceso Estratégico.
- Formulación de la Estrategia.
- Análisis estratégico en la dinámica de la Gestión Empresarial.

- Desarrollo de la Estrategia.
- Formación e implementación de la Estrategia.
- El Cuadro de Mando Integral.

2. DIRECCIÓN DE MARKETING

Objetivo: Transmitir 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
- Comprender el comportamiento del consumidor.
- Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa, entre otros.

Contenido:

- Marketing Estratégico.
- Comportamiento del consumidor.
- Imagen, marca y reputación.





3. FINANZAS, PRESUPUESTOS Y ANÁLISIS

Objetivo: Introducir 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.

Contenido:

- Contabilidad Financiera.
- Análisis de Resultados.
- Evaluación y Planificación de Inversiones.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TOMA DE DECISIONES DE MARKETING

Objetivo: Enseñar cuáles son las diferentes fuentes y técnicas para la obtención de información objetiva, como base del proceso de toma de decisiones en el ámbito comercial y de Marketing.

- Desarrollo de técnicas, cualitativas y cuantitativas de la investigación comercial.
- Diseño de cuestionarios, análisis de datos e información.
- Aplicación al proceso de toma de decisiones.

Contenido:

- Investigación de Mercados.
- NeuroMarketing: el origen de la Neuroeconomía y del Neuromarketing; cómo funciona el cerebro del consumidor.

5. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y PRECIO

Objetivo: Desarrollar conceptos, técnicas y herramientas que permitan congruar y optimizar el portfolio de productos de la empresa. Todo ello irá siempre en función del ciclo de vida del producto/s y 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/carera 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.

Contenido:

- El Producto en su dimensión Individual.
- Los atributos del Producto.
- El Producto y el resto de elementos del Mix de Marketing.
- Pricing: El precio de un Producto.
- La fijación de precios.
- Marco actual del Pricing.

6. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Objetivo: 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.

Contenido:

- Comunicación estratégica: ATL.
- Comunicación estratégica: BTL.

7. MARKETING DIGITAL

Objetivo: Capacitar al estudiante para el manejo estratégico y operativo de las variables básicas del Mix de Marketing aplicadas al entorno digital. Con este módulo el estudiante 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.

Contenido:

- El Mix de Marketing online.
- SEO/SEM: claves para un buen posicionamiento.
- Social Media y Community Manager.

8. DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS

Objetivo: Transmitir los conocimientos y competencias que le permitan al estudiante 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.

Contenido:

- Dirección y gestión de la Fuerza de Ventas.
- Técnicas de negociación comercial.

9. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA

Objetivo: Enseñar 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.

Contenido:

- Distribución Comercial.
- Logística.

10. CRM Y MARKETING RELACIONAL

Objetivo: Orientar al estudiante a profundizar en la importancia del 'Customer Relationship Management' o 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.
- 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.

Contenido:

- La Relación con el Cliente: claves del Marketing Relacional.

11. PLAN DE MARKETING

Objetivo: Aprender 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 propuestas 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.

Contenido:

- Cómo elaborar un Plan de Marketing.

12. HABILIDADES DIRECTIVAS

Objetivo: Desarrollar en el estudiante 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 distintos escenarios de:

Contenido:

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

PROYECTO: FIN DE MÁSTER*

Para la doble titulación del Máster en Marketing y Dirección Comercial y el Máster en Alta Dirección se elabora un Proyecto Fin de Máster común, que tiene como principales objetivos:

- Aplicar los conocimientos y herramientas adquiridas por el estudiante a lo largo de todo el programa Máster.
- Sentir las mismas sensaciones que tiene el profesional en su entorno laboral.
- Disfrutar con los resultados del trabajo bien hecho, pero al mismo tiempo conocer las dificultades que siempre supone lanzar un Plan de Negocio.

Para la elaboración del anteproyecto y del proyecto, el estudiante contará con el asesoramiento de un Tutor Personalizado durante la duración del mismo y paralelamente con la ayuda especializada de todo el Claustro Académico, con lo que, el Proyecto Fin de Máster* se convierte en un trabajo de auténtica consultoría especializada.

* No todos los másteres tienen PFM. El PFM podría no ser obligatorio.



CÓMO CURSAR ESTE MÁSTER

AL SER UN PROCESO DE MATRÍCULA EN LA URJC EL ALUMNO DEBERÁ EFECTUAR LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS NECESARIAS PARA CADA UNA DE LAS ASIGNATURAS DEL MÁSTER, QUE CONSISTIRÁN EN REALIZAR:

1. Un examen tipo test online para cada una de las asignaturas del master de la URJC (8 módulos).
2. Un examen global de forma presencial.
3. Presentación y defensa de un proyecto de fin de Master.
 - a. De acuerdo con la legislación en vigor para completar el programa tendrá que realizar un trabajo final de Master (TFM),

el cual tendrá que sustentar ante el tribunal definido por la URJC, podrá realizarlo de forma presencial o vía Skype.

- b. Para la ejecución y trabajo en el proyecto se asigna un Tutor de la URJC para ayuda en la preparación del mismo, que acompaña al alumno de manera on line en la conformación de dicho proyecto.

El examen presencial se realizará en Madrid para los estudiantes presenciales y para los estudiantes en otras modalidades, se fijará el lugar de examen presencial, en los países de mayor volumen de alumnos.

1. NEGOCIOS, GOBIERNO Y ECONOMÍA INTERNACIONAL

Objetivo: Se consigue que aquellas mejoren su imagen y su marca sea mucho más conocida.

- Da la posibilidad de desarrollar una gran variedad de economías de escala.
- La empresa que apuesta por acometer los negocios internacionales verá cómo consigue obtener un mejor posicionamiento dentro de su sector y con respecto a sus competidoras.
- Aquella verá cómo se produce la creación de nuevos segmentos.
- Se produce un importante revulsivo y crecimiento en lo que respecta al intercambio de mercancías o productos.
- Las entidades además lo que conseguirán es que sus clientes locales les otorguen más credibilidad, profesionalidad y confianza. Eso supondrá, por tanto, que se produzca una mejora notable en las relaciones entre ambas partes.

2. DIRECCIÓN FINANCIERA

Objetivo: Una sólida formación y conocimientos financieros.

- Las habilidades directivas necesarias para dar respuesta al entorno y al mercado actual.
- La capacidad de convertir las tecnologías existentes en una ventaja competitiva.
- Los conocimientos para realizar diagnósticos integrados de la situación patrimonial de la empresa e implementar las medidas financieras más adecuadas.
- Los fundamentos de las diversas técnicas de planificación financiera para prever y anticipar los riesgos y oportunidades.

3. LIDERAZGO, COMPORTAMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Objetivo: Calidad de los bienes y servicios. Esta categoría hace referencia al nivel de calidad que el consumidor espera del producto o servicio que compra a cambio del precio que paga.

- Calidad del servicio al cliente. La calidad del servicio se manifiesta en la actitud de colaboración, la rapidez, el tacto, la discreción, disponibilidad.
- Publicidad y prácticas de promoción. En esta categoría se incluye la publicidad, la venta personal, las actividades promocionales y todas las actividades que realiza la empresa para estimular la venta de sus productos y servicios.
- Información al consumidor. Esta dimensión comprende todos los esfuerzos desplegados por la empresa para difundir las características, propiedades, funciones, riesgos y limitaciones de los productos y servicios que ofrece.
- Respeto por la privacidad del consumidor. En esta categoría se incluye el respeto de la intimidad y de los espacios privados del consumidor, lo que se debe reflejar en la existencia de políticas que lo protejan en este sentido.
- Ética y compromiso social. Esta dimensión comprende todos los temas de la ética empresarial que corren transversal y simultáneamente en todas las categorías anteriores y aquellos cuyo contenido sea

de índole muy general, como por ejemplo, "protección de los intereses económicos del consumidor".

4. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Objetivo: Conocer la organización y administración empresarial y la dirección financiera.

- Adquirir los conocimientos necesarios de la gestión de los Recursos Humanos y dominar los modelos actuales y sus ventajas competitivas.
- Afianzar tanto nuestras posibles dotes comunicativas y de liderazgo como una sólida base de conocimientos y herramientas.

5. DIRECCIÓN COMERCIAL

Objetivo: Desempeñar funciones directivas en el ámbito del marketing y de la dirección estratégica comercial, en cualquier organización nacional o internacional, mediante un método de aprendizaje eminentemente práctico, cuyos contenidos están en constante adaptación a las necesidades que las empresas demandan.

6. TECNOLOGÍA Y DIRECCIÓN DE OPERACIONES

Objetivo: Mantener la competitividad en el servicio al cliente, diseñando y gestionando el flujo de información y de materiales a lo largo de toda la cadena de valor entre clientes y proveedores rentabilizando la empresa en el mercado nacional e internacional y prestigiando a los directivos que con esta formación lideran con éxito sus empresas. Se incorporan los últimos avances en la aplicación de los conceptos Lean Management a lo largo de toda la Cadena de Suministro (Supply Chain Management), siempre con una visión internacional, que se materializa con la presencia y colaboración de prestigiosas empresas públicas y privadas tanto nacionales como multinacionales y organismos según se aprecia en la relación de ponentes de empresas participantes.

7. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Objetivo: Una mayor atención a la creación de valor del comercio electrónico y a las implicaciones estratégicas de las tecnologías de la información.

- Una nueva sección sobre “Nueva Economía” y lo que significa para la competencia y la obtención de beneficio.
- La incorporación de las contribuciones recientes a la teoría de la estrategia y su práctica, lo que incluye:
 - la creación y desarrollo de capacidades organizativas.
 - la externalidades de red y la competencia por el estándar.
 - la complejidad y la auto-organización.
 - la innovación estratégica.
- La relación entre los modelos analíticos y su aplicación al mundo real de los negocios.

8. ANÁLISIS INTEGRAL DE EMPRESAS

Objetivo: Aclarar y traducir o transformar la visión y la estrategia.

- Comunicar y vincular los objetivos e indicadores estratégicos.
- Planificar, establecer objetivos y alinear las iniciativas estratégicas.
- Uso y aplicación de programas de incentivos

basados en indicadores financieros y no financieros.

- Aumentar el feedback y formación estratégica.

9. PRÁCTICAS EXTERNAS

Objetivo: Los estudiantes pueden realizar dos modalidades de prácticas externas, curriculares y extracurriculares. Las prácticas externas curriculares son aquellas evaluables, que se incluyen como obligatorias en el plan de estudios de la titulación que curse el estudiante. Las prácticas externas extracurriculares son aquellas que, posteriormente, los estudiantes podrán realizar con carácter voluntario hasta finalizar su titulación.

10 .PROYECTO FIN DE MÁSTER*

Objetivo: Las enseñanzas oficiales de Máster concluirán con la elaboración y defensa pública de un Trabajo de Fin de Máster, que tendrá entre 6 y 30 créditos, que ha de formar parte del plan de estudios. El Trabajo Fin de Máster deberá realizarse en la fase final del plan de estudios y estar orientado a la evaluación de competencias asociadas al título.

* No todos los másteres tienen PFM. El PFM podría no ser obligatorio.



PROGRAMAS EXPERTOS

de 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 como formación complementaria al Máster y con el objetivo de buscar la excelencia y ayudarte a destacar profesionalmente, 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.

EXPERTO EN INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LIDERAZGO:

Cómo garantizarte el éxito en la vida y en el trabajo.

EXPERTO EN PNL (Programación Neurolingüística):

La Fórmula para ganar influencia y destacar.

EXPERTO EN ORATORIA Y PERSUASIÓN:

Técnicas prácticas para exponer tus ideas con brillantez ante cualquier público.

MÁRKETING DIGITAL Y EMPRENDIMIENTO:

Google, Facebook... Cómo posicionar e incrementar los resultados.

Estudia idiomas CON EUDE BUSINESS SCHOOL

Disponemos de 7 idiomas. Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Elige entre:

1. Chino // 2. español // 3. inglés // 4. francés // 5. alemán // 6. Italiano // 7. neerlandés.

Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

La modalidad presencial full-time incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año y clases de inglés presenciales durante tres meses. La modalidad presencial executive incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año.



A medida que crecen las influencias multiculturales, crece el interés en el aprendizaje de idiomas. Estudiantes internacionales, participantes en programas de estudios en el extranjero e incluso estudiantes de programas específicos como los negocios, las finanzas, marketing, medio ambiente, etc: todos ellos precisan aprender idiomas. Esa es la razón por la que te ofrecemos:

- Cursos de idiomas que ofrecen contenido flexible que complementa la formación.
- Actividades de gramática incluyen ejercicios, explicaciones y herramientas para perfeccionar los conocimientos fonéticos y gramaticales.
- Evaluaciones incluyen pruebas de nivel, progresos y adquisición de conocimientos.

- Lecciones de cultura ayudan a los alumnos a comprender y apreciar mejor el idioma y su cultura.
- Applications móviles permiten la realización de prácticas en cualquier momento, lugar y dispositivo, al tiempo que se sigue realizando un control de los progresos durante el proceso.



DIRECCIÓN

Podrás desempeñar tareas de la Alta Dirección ya que adquirirás la formación necesaria, gracias a los profesionales que conforman el claustro de profesores. Además adquirirás una capacidad de liderazgo para ponerla en práctica en tu organización, dado que hoy más que nunca los mercados requieren empresas bien gestionadas pero sobre todo bien lideradas.

ESTRATEGIAS ENFOCADAS A RESULTADOS

Asumirás la responsabilidad en la concepción e implementación de las decisiones estratégicas. Trabajarás 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.

FINANZAS

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. Aquí comprenderás y analizarás de manera eficaz un balance y una cuenta de resultados; analizarás las principales fuentes de la información financiera; seleccionarás las inversiones cuando el presupuesto es limitado o cuando los proyectos no pueden desarrollarse de forma simultánea; tendrás capacidad de valorar proyectos de inversión y empresas. Entenderás el papel de las finanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa.

MARKETING Y COMUNICACIÓN

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. Además, se analizará la importancia que tiene la gestión comercial y el liderazgo de los equipos comerciales para establecer estrategias eficaces.

COMERCIO INTERNACIONAL Y OPERACIONES

Conocerás 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.

EFICIENCIA DIRECTIVA

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



Metodología DE ESTUDIO EN EUDE

Desde el punto de vista académico, la metodología de trabajo desarrollada en EUDE Business School está basada en el Método del Caso. Consideramos que una formación eminentemente práctica es la mejor base para que el estudiante adquiera los conocimientos, aptitudes y experiencias que la empresa precisa. Los casos desarrollados en cada área de conocimiento son casos de éxito que ofrecen al estudiante un amplio margen para el análisis y la discusión. El aula o el Campus Virtual EUDE serán los foros más adecuados para que los estudiantes puedan compartir sus opiniones y reflexiones sobre cada documento.

Nuestra metodología de trabajo parte de la idea de que el conocimiento emana de cada uno de nosotros. Por esa razón el trabajo en grupo y la exposición constante de ideas serán las claves de nuestro éxito.

En lo referente al programa logramos que el futuro gerente de empresa tenga una visión 360 grados de todos los ámbitos de la organización.

El Máster de EUDE Business School trata de huir de errores de la actualidad empresarial y hace una buena



apuesta por aspectos tan importantes como la Ética en los negocios, la buena Praxis y la Responsabilidad Corporativa. No solo formamos Directivos, formamos Personas.

Pretendemos que el estudiante adquiera una visión integral de la Gestión y Dirección de la Empresa, por esa razón el desarrollo del programa se complementa con lo que denominamos actividades transversales tales como: visitas a empresas, encuentros con directivos, mesas redondas, seminarios, etc.

Al finalizar el programa el estudiante entregará y defenderá su Proyecto Fin de Máster*. El PFM* es un plan de negocio real o simulado en el que el estudiante deberá haber aplicado todos los conocimientos y herramientas adquiridas.

Finalizados los estudios pretendemos haber contribuido al desarrollo profesional del estudiante pero también de la persona. Desde el inicio del programa EUDE Business School pretende mantener un trato cercano al estudiante desde todos y cada uno de los departamentos (Atención al Alumno, Orientación Profesional, Antiguos Alumnos, etc.). En ese sentido el papel del profesor también es determinante pues pretendemos que su labor no se limite a la simple evaluación de resultados, sino al continuo feed-back que permita al estudiante conocer en todo momento sus puntos de mejora y fortalezas.

El verdadero objetivo del Máster no es sólo terminarlo sino conseguir que el esfuerzo realizado le sirva para alcanzar las metas de su carrera profesional.

* No todos los másteres tienen Proyecto Fin de Máster. El PFM podría no ser obligatorio.



Claustro Académico

DEL DOBLE MÁSTER

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 a seminarios, charlas y conferencias, que enriquezcan la formación que están recibiendo, con enfoques innovadores y de tendencia.



LAURA MONTEAGUDO

Licenciada en Dirección y Administración de Empresas, Especializada en Marketing y en E-Commerce y continuamente vinculada a los medios online. Actualmente forma parte del claustro de profesores fijos de EUDE Business School, aunque también colabora con ESDEN y el programa de Formación a Directivos que desarrolla ERICKSON MADRID en la parte de Comunicación. Cuenta con una larga trayectoria vinculada al emprendimiento online, en su último proyecto fue socia fundadora y directora en The Yigibee Company, start up española centrada en identificar los gustos de los consumidores para conseguir descuentos privados. Anteriormente, desarrolló su carrera profesional en Lancôme, dentro del Grupo L'Oréal, como Jefe de Producto de Maquillaje y en agencias de publicidad como Contrapunto y Young & Rubicam.

JAVIER LOZANO

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid; Socio Fundador de CONSPROY y Director de Marketing y Relaciones Empresariales del Parque Tecnológico de Andalucía; Autor de diversos libros y artículos relacionados con Logística y Marketing; Colabora desde hace tiempo con Escuelas de Negocio entre las que destacan EOI, Escuela de Negocios y Dirección o EUDE Business School.

CARLOS VIERA

Máster Europeo en Marketing Online y Publicidad Digital ESIC-ICEMD.

Director de Marketing y Ventas en Estrenos 21. Gestión comercial, marketing y comunicación de la web decine21.com. Coordinador departamento Social Media. Experto en plataformas de email marketing. Dirección de la cuenta Springfield (CorteFiel) Product Manager de revistas Movistar Imagenio (Telefónica), Estrenos DVD, DeviDeo, OX Decine (Cinesa) y Megaconsolas (El Corte Inglés). Responsable de Eventos Cine (preestrenos y premieres). Responsable de Comunicación.

Partner Oficial en España de HOOTSUITE. Gestión de clientes (opción Enterprise) e impartición de formación para conocer la plataforma a agencias y grandes cuentas.

Coordinador General del Festival Internacional Cine y Educación de Madrid: EDUCACINE. Gestor de los medios MAGISTERIO, PADRES Y COLEGIOS en GRUPO SIENA. Gestor de cuentas para estudio creativo INDIVIDUO (colaboración a tiempo parcial). Ejecutivo de Cuentas Ed. Bayard. Venta publicitaria de la revista Vivir Nuevos Tiempos. Asistente de Marketing. Ag. Marketing Aplicado S.A. Promociones en el punto de venta.

MARTA PANERA

Directora Internacional de Comunicación y RRPP de Showroomprive. com y responsable de Desarrollo de Negocio de la compañía en los países mediterráneos. Licenciada en Periodismo y Comunicación Social (Universidad de Gales, Reino Unido), especializada en marketing (ICEMD- ESIC). Marta Panera ha sido Head de la División Online y Directora de Comunicación Corporativa y de Producto en la agencia de RRPP Marco de Comunicación, Directora de Comunicación para clientes internacionales de Publicis Group en España. Directora de Desarrollo de Negocio de la red de RR.PP. ECCO International Communications y periodista en Grupo Prisa. Ponente habitual en congresos de Marketing y e-Commerce y profesora de Reputación, Comunicación Corporativa y Marketing en centros universitarios. Bronze Global Mercury Award en la categoría "Web Sites/Emerging Media: Social Network" por la campaña Take Beauty Online para Unilever (TRESemmé).

PEDRO BERMEJO

Licenciado en Medicina por la Universidad Autónoma de Madrid; Doctorado en Medicina por la Universidad Autónoma de Madrid; Máster en Neurociencia por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla; Máster MBA en Administración y Gestión de empresas en ITEAP. En la actualidad es Neurólogo en el Hospital Universitario Puerta de Hierro; Director médico IB-Neuroclinics; Coordinador de Urgencias Neurológicas del Hospital Los Madroños; Neurólogo del Instituto San Jose; Presidente de la Asociación Española de Neuroeconomía. Es autor de los libros "Cerebro Rico, Cerebro Pobre: Una Introducción a la Neuroeconomía" y "Tu Dinero y Tu Cerebro"

JACEK WASZKIEWICZ

Licenciado en Dirección de Empresas y Marketing y MBA. Director de marketing DEI Andorra. Director de marketing y desarrollo en PCE Polonia. Responsable de marketing e investigación en ZMK Pozna.

JUANMA TAPIA

Diplomado en CC. de la Educación. Máster en Formación de Formadores y Tecnología Educativa para la Empresa. Máster en Comunicación Organizacional, Relaciones Públicas y Relaciones con Los Medios. Programa Leadership Training y Formación de Candidatos Políticos. Director de "Talante de Comunicación". Agencia de Comunicación, RR.PP y Formación Organizacional. Trabaja para diversos sectores económicos tanto Privados como Públicos.Consultor en Telefónica Learning Services (Grupo Telefónica).

FRANCISCO JAVIER SASTRE SEGOVIA

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá de Henares. Executive MBA por el Instituto de Empresa. Programa de Dirección General por IESE Diversas posiciones directivas en empresas tanto nacionales como multinacionales: Diversas posiciones de Dirección en RRHH en el Grupo PSA-PEUEOT-CITROËN.

Bolsa de empleo

PLATAFORMA DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL

EUDE Business School ofrece una formación innovadora y adaptada a la realidad laboral, complementada con un departamento interno de Orientación Profesional que gestiona más de 1.200 convenios con empresas. Estas alianzas nos permiten ofrecer un amplio abanico de prácticas, a través de una plataforma de empleo propia, que avalan la continuidad de su formación práctica y la evolución laboral a todos los profesionales formados en EUDE Business School.

Algunas de las empresas destacadas con las que EUDE Business School tiene convenio a nivel nacional e internacional son:



UNA INICIATIVA PROPIA CON ÉXITO

Desde luego, podemos poner más de un nombre y apellido a todos esos alumnos que han conseguido su sueño tras su paso por EUDE. Sin embargo, hoy nos centramos en Laura Pérez, una joven licenciada en Psicología quien, con mucha ambición y espíritu emprendedor, ha logrado poner en marcha su propio negocio. Una empresa consultora 360º llamada Brainprise que cuenta ya con dos años de andadura y, según hemos podido saber, ha llegado para quedarse por mucho tiempo.

Pérez. Alumna del MBA y Marketing Digital.

Nuestros Campus

CONOCE LAS INSTALACIONES DE EUDE

La Escuela Europea de Dirección y Empresa es una relevante Escuela de Negocios con másteres en modalidad online y presencial, especializada en la preparación de líderes y profesionales en el ámbito empresarial con el fin de dar respuesta a las necesidades de un mundo global en continua evolución, aportando valor en sus profesiones y contribuyendo al progreso del espíritu emprendedor. Más de 50.000 alumnos formados a lo largo de dos décadas son el mejor aval de EUDE en la incansable apuesta por la excelencia académica, la vanguardia tecnológica, la empleabilidad y la conexión con el entorno empresarial a través de sus directivos docentes, seminarios y jornadas de networking. Fruto de todo este trabajo, los másteres de EUDE han ocupado las primeras posiciones en diversos Rankings de Escuelas de Negocios a nivel nacional e internacional, con especial referencia a la formación online.

Campus Presencial EUDE

Enfocado a la excelencia académica, el Campus de Arturo Soria, ofrece una variada oferta de titulaciones de postgrado centradas en el desarrollo profesional y competencial del estudiante.

La vida académica, profesional y personal se complementan equilibradamente en el Campus de Arturo Soria. EUDE Business School cuenta con dos edificios con más de 3.500m2 útiles, a los que se suman más de 6.000m2 propios de zonas comunes y cafetería propia.

El acceso al Campus de Arturo Soria es sencillo ya que se encuentra en el corazón de Madrid. La conexión es directa a través de transporte público y, en caso de disponer de coche, contamos con aparcamiento gratuito en los alrededores de las instalaciones.



Campus Virtual EUDE

Nuestro Campus Virtual EUDE apuesta por la formación de profesionales a nivel global, creando soluciones a las limitaciones geográficas y de horarios a través de un innovador método académico basado en un Campus Virtual que ha sido reconocido como la mejor plataforma para la formación e-learning a nivel europeo. Fruto de todo este trabajo, los másteres de EUDE Business School han ocupado las primeras posiciones en diversos Rankings de Escuelas de Negocio a nivel nacional e internacional en formación online.



ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2008 indica los requisitos que debe cumplir una organización para que su Sistema de Gestión de la Calidad pueda ser certificado por una entidad acreditada (en el caso de EUDE Business School, Bureau Veritas).



MADRID EXCELENTE

El sello Madrid Excelente analiza la calidad global de la gestión de la empresa. Para obtener la certificación Madrid Excelente las empresas son analizadas de forma global (360 grados), prestando especial atención a la innovación, la responsabilidad social, la satisfacción de las personas y la contribución activa al desarrollo de la región. El sello reconoce y certifica la calidad y la excelencia en la gestión de la empresa de la escuela, lo que supone un reconocimiento oficial del gobierno de la Comunidad de Madrid.



CLADEA

El Consejo Latinoamericano de Escuela de Administración – CLADEA, es una de las redes más importantes de Escuelas de Negocios a nivel mundial. Esta organización internacional provee un sistema de cooperación a nivel global y mantiene vínculos de membresía recíproca con las principales instituciones académicas del mundo.



Asociación Española de Escuelas de Negocios, AEEN

La Asociación Española de Escuelas de Negocios, AEEN, es una agrupación creada para proteger y fortalecer el valor de las escuelas privadas y especialmente de los másters profesionales como vía de acceso al mercado laboral y herramienta de crecimiento para las empresas. EUDE Business School es una las escuelas que fundaron esta asociación de 2008.



Asociación Nacional de Centros de e-Learning y Distancia, ANCED

Desde su creación, el objetivo de la Asociación Nacional de Centros de e-Learning y Distancia ha sido la de potenciar y defender los intereses de sus centros asociados a la vez de ofrecer a sus alumnos un alto nivel en la calidad de enseñanza, garantizando a éstos una formación controlada por profesores y tutores especializados y asesorar a los Centros miembros de la ANCED sobre metodología, pedagógica, tutorías y nuevas tecnologías.



EFMD

EFMD (European Foundation for Management Development), una de las 3 organizaciones más prestigiosas del mundo en el sector de la formación de negocios. Gracias a ello, existe la posibilidad de acceder a acreditaciones fundamentales como el EQUIS, y de formar parte de un importante foro de intercambio de conocimientos, experiencias y networking. Concretamente, para el alumno, tiene la ventaja de poder contar con un nuevo puente de unión que le acerque a las empresas, poder asistir a las numerosas conferencias que la EFMD organiza, y la garantía de haber elegido una escuela reconocida internacionalmente.



GLUBAL

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



CÁMARA DE COMERCIO DE MADRID

La Cámara de Madrid es un órgano consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas. Representa, promueve y defiende los intereses generales de los agentes económicos de la región, y presta numerosos servicios a las empresas que ejercen su actividad en la Comunidad de Madrid.

Comprende las actividades ejercidas por cuenta propia, en comisión o agencia, en el sector extractivo, industrial, de la construcción, comercial, y de los servicios, singularmente de hostelería, transporte, comunicaciones, ahorro, financieros, seguros, alquileres, espectáculos, juegos, actividades artísticas, así como los relativos a gestoría, intermediación, representación o consignación en el comercio, tasaciones y liquidaciones de todas las clases, y los correspondientes a agencias inmobiliarias, de la propiedad industrial, de valores negociables, de seguridad y de créditos.



EUDE | BUSINESS
SCHOOL

En colaboración con:
U Universidad
Rey Juan Carlos



Nuestras Sedes:

SEDE PRINCIPAL:

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE
28033. Madrid, España.
Tel.: (+34) 91 593 15 45
email: informacion@eude.es

OFICINAS EN BOGOTÁ

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC,
Colombia.
Tel.: (+57) 1 704 27 54
email: informacion@eude.es



www.eude.es