



EUDE | BUSINESS
SCHOOL

Máster en
**MARKETING
y Dirección
Comercial**
y Máster en
Marketing Digital
(presencial)

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 Digital.
 - 4.1. Programa de estudios
 - 4.2. Programas expertos de habilidades directivas
 - 4.3. Módulos para mejorar tu productividad
5. Competencias
6. Metodología de estudio
7. Bolsa de prácticas
8. Claustro Académico
9. Campus de EUDE
10. Certificaciones y Reconocimientos

Datos clave

**Modalidad:**

Presencial, online u online.

**Duración:**

3.000 h. equivalente a 120 créditos ECTS.

**Fechas de inicio:**

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

**Horario:**

Presencial: turno de mañana/tarde.
Semipresencial: un sábado al mes.

**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,



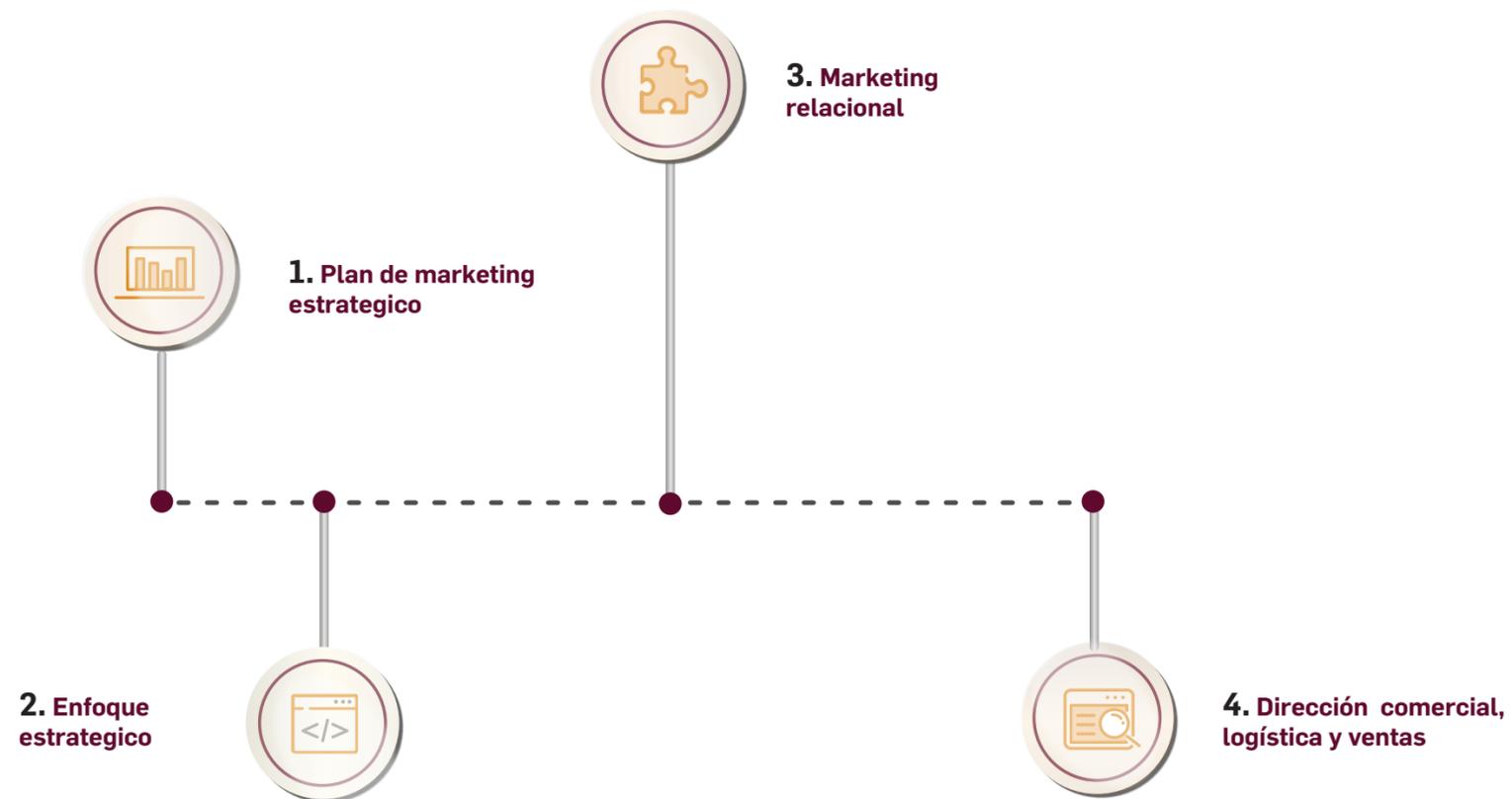
El MBA online aparece, por tercer año consecutivo, en el "Financial Times Online MBA programme listing 2013".



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

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 el Máster en Marketing y Dirección Comercial 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.

EUDE Business School apuesta por las buenas ideas y el emprendimiento, por lo que te damos la oportunidad de convertir tu "Proyecto de Papel" en un "Proyecto Real", a través del programa "EUDE Business Emprende".



Programa de estudios

DEL MÁSTER DE MARKETING DIGITAL PRESENCIAL

PROGRAMA

• **DURACIÓN DEL MÁSTER:** 1.500 h.

• **ÁREAS DE CONOCIMIENTO:**

1. Entorno digital
2. Comercio electrónico (e-Commerce)
3. Medios online
4. Comunicación digital
5. Desarrollos digitales
6. Plan de marketing digital
7. Marketing en buscadores: posicionamiento
8. Medición, análisis y optimización de procesos
9. Marco jurídico digital

• **PROYECTO FIN DE MÁSTER**

I. Introducción al Marketing Digital

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

Contenido: ¿Entiendes la importancia del Marketing Digital?

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

II. Estrategias y Proyectos Digitales

Objetivo: Desarrollar proyectos de comunicación y publicidad basados en estrategias digitales para

conectar con nuestros clientes de manera exitosa. Conocer las nuevas fórmulas de marketing en entornos digitales.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar una Estrategia Digital exitosa?

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

III. Transformación Digital

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

Contenido: ¿Estás dispuesto a transformar digitalmente tu negocio?

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

IV. Usabilidad y Experiencia de Usuario

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

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

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





V. Diseño y Desarrollo Websites

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

Contenido: ¿Sabrías construir una web?

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

VI. Plan Estratégico del Comercio Electrónico

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

Contenido: ¿Buscas vender más en internet?

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

VII. 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.

VIII. Tiendas Online

Objetivo: Aprender las claves de las distintas áreas del e-Commerce, tanto B2B como B2C. Conocer las plataformas que podemos elegir. Descubrir funcionalidades, herramientas, métodos de pago y logística para alcanzar el éxito con nuestra estrategia comercial online.

Contenido: ¿Quieres desarrollar una tienda online?

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

IX. 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.

X. 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.

XI. Marketing de Afiliación

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

Contenido: ¿Sabes cómo funciona el Marketing de Afiliación?

- El Ecosistema campañas de display:
 - Redes publicitarias, Google, Facebook,...
 - Sell Side Platforms/Supply Side Platforms.
 - AdExchanges.
 - Demand side Platforms DSP's

- Data Provider & Data Management Platforms.

- Retargeting, Lookalikeaudiences

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

XII. 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.

XIII. 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

XIV. Email Marketing

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

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

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

- basados en eventos y comportamiento.
- Multicanalidad.

XV. Marketing de Contenidos

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.

XVI. Gaming y Video Marketing

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

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

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

XVII. SEO - Optimización en Buscadores

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

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

- Algoritmos.

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

XVIII. SEM - Marketing en Buscadores

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

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

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

XIX. Plan de Marketing Digital

Objetivo: Diseñar paso a paso un Plan de Marketing Digital y lograr alinearlos 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.

XX. ROI en el Plan de Marketing Digital

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

Contenido: ¿Tienes el éxito monetario que buscabas?

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

XXI. CRM, Data Mining y Big Data

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

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

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

XXII. Analítica Web

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

Contenido: ¿Sabes lo que ocurre en tu web?

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

XXIII. Google Analytics

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

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

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

XXIV. Legislación, Seguridad y Privacidad en Medios Sociales

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

Contenido: ¿Están tus datos protegidos y seguros frente 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, a una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM sea:

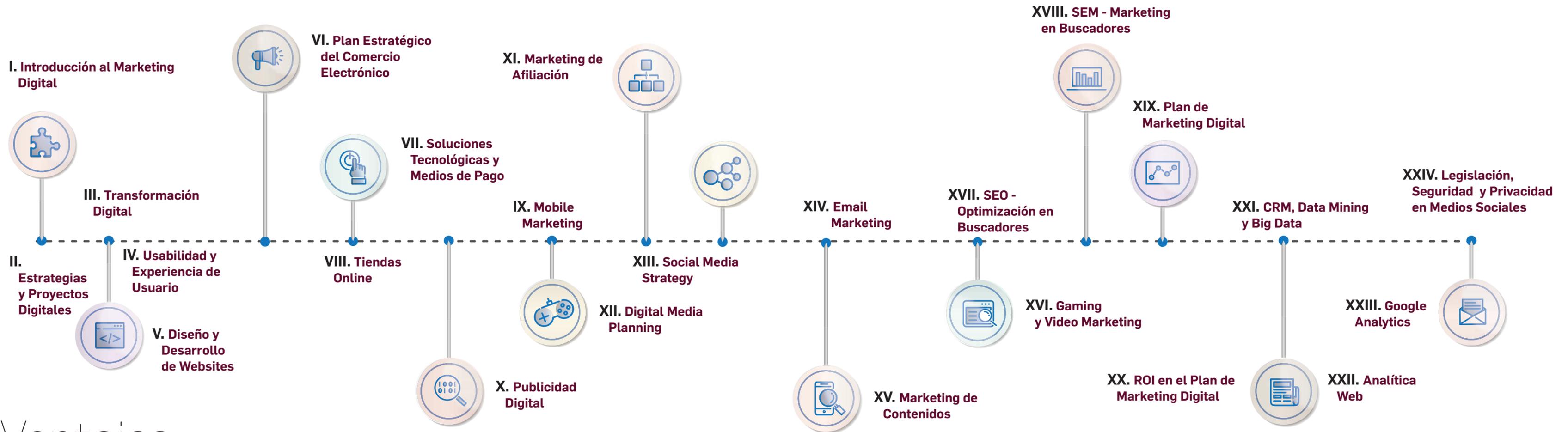
- Un Plan de Empresa, donde el alumno tiene la oportunidad de convertir una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- Una oportunidad de poner en valor todo lo aprendido en el programa.

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

El Proyecto de Fin de Master será evaluado una vez que el alumno supere exitosamente el estudio de las Áreas de Conocimiento, a través de la presentación de un trabajo escrito y la exposición del mismo frente a un Tribunal compuesto por profesores y/o profesionales con acreditada experiencia, tanto académica como profesional.

PRÁCTICAS (SOLO PARA MODALIDADES PRESENCIALES)

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



Ventajas

DE ESTUDIAR UN MÁSTER EN MARKETING DIGITAL

- Desarrollarás y gestionarás de forma global planes de marketing digitales y proyectos online. Conocerás en profundidad el medio, lo que te permitirá planificar y desarrollar estrategias reales eficaces y eficientes.
- Crearás páginas optimizadas para buscadores y enfocadas a la conversión. Optimizarás la estructura web y te convertirás en experto en Analítica Web. Además desarrollarás tiendas online y planificarás proyectos integrales de e-Commerce.
- Aprenderás a gestionar las redes sociales más adecuadas según nuestra estrategia y objetivos. Crearás un Social Media Plan, y sabrás monitorizar y escuchar las redes. Podrás captar y fidelizar audiencias con intercambio constante de información, gestionar la Reputación Online y viralizar los mensajes enviados.
- Serás capaz de 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, verificando y analizando los resultados de las acciones.
- Aprenderás a controlar, medir y definir en profundidad el retorno de la inversión en entornos digitales, cuantificando económicamente la totalidad de nuestras campañas.
- Podrás adentrarte en las utilidades y beneficios que el Gaming y el Video Marketing puede aportar a nuestra compañía. Analizarás el atractivo que la implementación de este tipo de estrategias aporta a nuestros clientes.
- Profundizarás en la importancia del Customer Relationship Management dentro del entorno digital, y de cómo el establecimiento de procedimientos y acciones orientadas al cliente proporcionan resultados positivos y rentables.
- Sabrás analizar la usabilidad, trabajar una correcta arquitectura y diseño web, en busca de mejores resultados en cuanto a la experiencia de usuario.
- Dominarás los medios y herramientas del entorno móvil, tales como las apps, la geolocalización, el m-Commerce, la publicidad mobile y sabrás cuándo es conveniente desarrollar una estrategia de mobile y los beneficios que puede aportar.
- Podrás 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.
- Desarrollarás campañas de Marketing de Buscadores exitosas a través del desarrollo de campañas en Google Adwords. Aprenderás la plataforma en profundidad, sabrás medir el retorno de nuestras campañas y analizar constantemente sus resultados.
- Aprenderás a desarrollar campañas basadas en Inbound Marketing que logren atraer la atención de los clientes para posteriormente generar fidelidad en su relación con la empresa.
- Y sabrás poner en marcha campañas de email marketing exitosas, así como ser capaces de medir y analizar los resultados obtenidos. Medir la eficacia de una campaña de emailing segmentando su público para permitir que se convierta en una herramienta de fidelización completa.

Elementos exclusivos a tu alcance CON EL MÁSTER EN MARKETING DIGITAL PRESENCIAL

1. Profesorado

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

(Directora del Área de Marketing)

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



CARLOS VIERA

(Profesor titular de Marketing y Marketing Digital)

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



arroba

DANIEL CASAL

(Presidente de Arroba y Presidente de la International Advertising Association)

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

AMADEUS

ELENA VELÁZQUEZ

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

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

Santander

FERNANDO CRESPO

(Director Compliance & Control del Banco Santander)

Con más de 20 años de experiencia vinculado a una compañía del calibre del Banco Santander, teniendo experiencia en auditoría, seguimiento presupuestario y de plantillas, cuadro de mando, definición, centralización y seguimiento de políticas y control sobre los proyectos tecnológicos y procesos BAU del Área Global. Responsable del Comité de Funcionamiento Global de T&O GBM (incidencias operativas, tecnológicas, riesgos operacional y tecnológico, proyectos, auditorías). Centralización del Plan de Eficiencias global para Operaciones (Corporación, Países y sociedades del Grupo). Definición, adaptación y seguimiento de cuadro de mando de controles, procesos y seguimiento de los proyectos, asegurando una adecuada cobertura de los riesgos financieros, operativos, tecnológicos, organizativos, reporting, regulatorios, en cumplimiento de la normativa externa e interna.

**Correos
Express**

SILVIA RUIZ

(Manager CRM y Customer Experience en Correos Express)

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

William HILL

LORENA RODRÍGUEZ

(CRM Manager Spain en William Hill)

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

**HAVAS
MEDIA GROUP**

RUBÉN SOM OZA

Director de Cuentas en Havas Media)

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



SARA DE LA TORRE
(Directora de Comunicación Digital)

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



BOLO MUÑOZ-CALERO FERNÁNDEZ
(Strategy and Business Development Unidad Editorial)

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



MARCELINO PÉREZ
(CFO en Add Value Media)

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



COCO PÉREZ CURBELO
(Internet Marketing Manager Banco Popular)

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



ANTONIO GREPPI
(Marketing Manager en Warner Bros)

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



DAVID FERNEL
(Responsable de Innovación en Mutua Madrileña)

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



IVÁN MARTINEZ MONTOTO
(Digital Director en Starcom Mediavest Group)

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



ALFONSO BARAJAS
(Enterprise Account Executive en LinkedIn)

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



MARTA PANERA
(International Public Relations & Communication Director / Showroomprive.com)

Con más de 11 años de experiencia en negocio on y off, especializada en comunicaciones corporativas y de producto, asuntos públicos y Trade Marketing. Experimentada en entornos B2B y B2C, creación e implementación de campañas de marketing y comunicación a nivel internacional, búsqueda de partners, influencers, instituciones y consumidores con un enfoque específico en cada mercado local.

2. Casos Reales

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. Entre las empresas que nos ayudarán a adentrarnos en estos entornos están: minube.com, Mutua Madrileña, Eltenedor.com, TripAdvisor, Canal Historia, Instagram, WooRank, Fox Home Entertainment, Unidad Editorial, Coca-Cola, Criteo, Bing (Microsoft), etc.



3. Certificaciones

Contamos con empresas y herramientas que acreditan nuestro material, aportando certificados que reconocen y amplifican la titulación obtenida con el Máster en Marketing Digital. Empresas como Google, Microsoft, Adobe, Oracle, Amadeus, Facebook, MailChimp, Hootsuite, etc. nos ayudarán en este sentido, asociándose a determinados áreas de conocimiento.



4. Visitas y Seminarios

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 de claustro académico. Entre las visitas podemos encontrar empresas como:

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



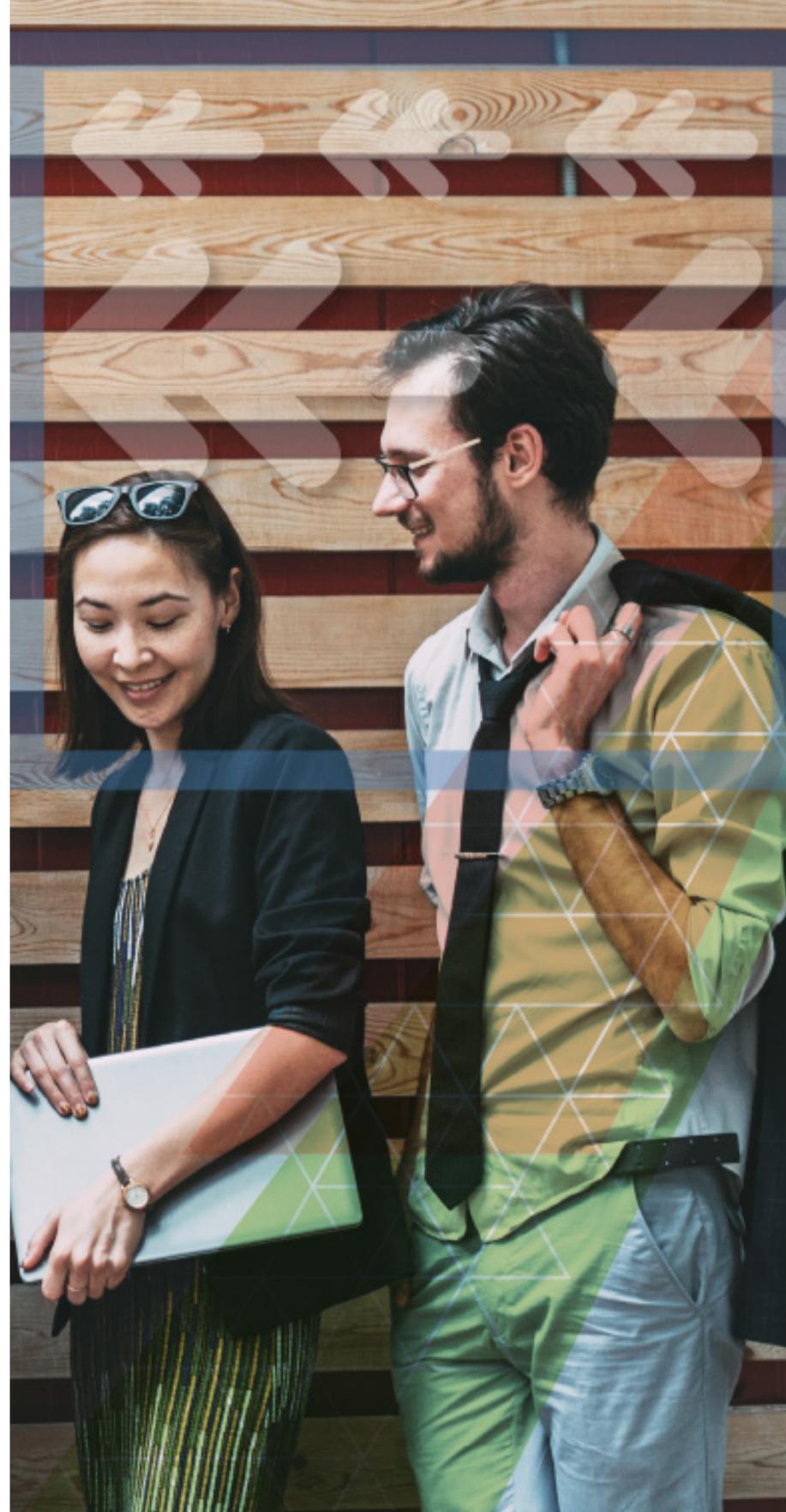
“LA RED SOCIAL POR EXCELENCIA SE LBAR”

Conferencia de Nicolás Muñoz, Director de Desarrollo Corporativo de HAVAS Media. (Junio, 2014)



“TRABAJAR UNA ESTRATEGIA A DE TALLE PARA OBTENER RESULTADOS”

Alumnos de EUDE en Hello Media Group, agencia que ofrece full service a sus clientes (Noviembre, 2016)



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 MBA 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.

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. En cada uno de los módulos que conforman el máster, se realizará un proyecto final basado en un caso real, que será presentado por equipos de alumnos ante el profesor o profesores que han impartido la materia. Entre las empresas que se trabajarán están: minube.com, Mutua Madrileña, Eltenedor.com, TripAdvisor, Canal Historia, Instagramers, Fox Home Entertainment, Criteo, Bing (Microsoft), etc.

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.

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.



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

Elegí EUDE porque el programa que vi era el más fuerte de todos y además tenías un contacto directo con los profesores y el equipo que conforma toda la escuela. En cuanto al claustro encontré profesionales con alta experiencia curricular en sus áreas formativas, ya que son personas en activo. También destaco el Networking adquirido ya que he conseguido poner en marcha un nuevo proyecto con una de las personas que conocí en la Escuela.

Marla Reyes. Máster en Marketing Digital

Nuestros Campus

CONOCE LAS INSTALACIONES DE EUDE

EUDE Business School 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 más de 3.500 m² útiles, a los que se suman más de 6.000 m² 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, 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.

Sellos de Calidad

CERTIFICACIONES CONCEDIDAS A EUDE



ISO 9001:2008

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



MADRID EXCELENTE

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



CLADEA

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



Asociación Española de Escuelas de Negocios, AEEN

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



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

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



EFMD

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



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.



ISO 14001:2004

La norma ISO 14001:2004 indica los requisitos que debe cumplir una organización para que su Sistema de Gestión Ambiental pueda ser certificado por una entidad acreditada (en el caso de EUDE Business School, Bureau Veritas).



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

