EUDE EUROPEAN BUSINESS SCHOOL
ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA



LÍDERES CON VISIÓN GLOBAL

Máster en Marketing Digital +
Máster en Marketing y Dirección Comercial

EXECUTIVE // ONLINE

EUDE

Más de 25 años formando a los mejores líderes del mañana

Máster en Marketing Digital + Máster en Marketing y Dirección Comercial

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

06/ Compromiso EUDE
Nuestros pilares: Futuro, confianza, experiencia, empleabilidad, liderazgo y credibilidad

12/ Datos Clave
Máster en Marketing Digital

16/ Programa
Máster en Marketing Digital

44/ Datos Clave
Máster en Marketing y Dirección Comercial

48/ Programa
Máster en Marketing y Dirección Comercial

60/ Programas expertos e Idiomas
Formación incluida con tu Programa

64/ Claustro
De EUDE

EUDE:
¿Quiénes somos?

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

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



Pilares de EUDE

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

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

Compromiso
EUDE

¿Qué es el Compromiso EUDE?



EXPERIENCIA

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

CONFIANZA

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

LIDERAZGO

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

EMPLEABILIDAD

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

Calidad académica certificada

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

Rankings

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

Forbes

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

TOP EUDE 5 FSO RANKING

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

FT FINANCIAL TIMES

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

HAMILTON GLOBAL INTELLIGENCE

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



Máster en

Marketing Digital

EXECUTIVE // ONLINE

01 / Introducción al Marketing Digital

02 / Estrategias y Proyectos Digitales

03 / Transformación Digital

04 / CX: Customer Experience

05 / Diseño y Desarrrollo de Websites

06 / Inteligencia artificial y Aistentes Virtuales

07 / Plan Estratégico del Comercio Electrónico

08 / Soluciones Tecnológicas

09 / E-Commerce

10 / Mobile Marketing

11 / Publicidad Digital

12 / Affiliate Marketing

13 / Digital Media Planning

14/ Social Media Strategy Digitales

15/ Email Marketing

16 / Inbound Marketing

17 / Search Engine Optimization - SEO

18 / Search Engine Marketing - SEO

19 / Plan de Marketing Digital

20 / CRM y Growth Hacking

21 / Business Intelligence: Big Data

22 / Analítica Web

23 / Google Analytics

24/ Legislación, Seguridad y Privación en las Redes

Máster en
Marketing Digital

Datos Clave

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





Ventajas de nuestro Máster

01.
Visión global

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

02.
Marketing Oriented

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

03.
Contenido & Inboud Marketing

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

04.
Design Thinking

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

1/ Introducción al Marketing Digital

Objetivo:

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

Contenido: ¿Entiendes la importancia del Marketing Digital?

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

2/ Estrategias y Proyectos Digitales

Objetivo:

Desarrollar proyectos de comunicación y publicidad basados en estrategias digitales para conectar con nuestros clientes de manera exitosa. Conocer las nuevas fórmulas de marketing en entornos digitales.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar una Estrategia Digital exitosa?

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





3/ Transformación Digital

Objetivo:

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

Contenido: ¿Estás dispuesto a transformar digitalmente tu negocio?

· El papel de las personas.

· La tecnología, un medio útil para la transformación.

· Identifica el nuevo Customer Journey Map de tus clientes.

4/ CX: Customer Experience

Objetivo:

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

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

· UX.

· Prototipado.

· CardSorting.

· Tree Test.

· Arquitectura de la información.

· Focus Group y Test Usuarios.

5/ Diseño y Desarrollo de Websites

Objetivo:

Introducción al diseño y desarrollo de websites.

Contenido:

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

6/ Inteligencia Artificial y Asistentes Virtuales

Objetivo:

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

Contenido:

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



7/ Plan Estratégico del Comercio Electrónico

Objetivo:

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

Contenido: ¿Buscas vender más en internet?

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

8/ Soluciones Tecnológicas y Medios de Pago

Objetivo:

Lograr identificar herramientas, tecnologías y soluciones que mejoren la experiencia de usuario de tus clientes en los diferentes momentos de la verdad. Saber elegir correctamente las fórmulas de pago más eficientes para tu cliente y desvelar aquellas que vendrán mañana.

Contenido: ¿Cómo vendes y cómo compra tu cliente online?

· Metodologías de pago en Internet.
· Tecnologías y tendencias: NFC, Pay Check, BitCoin.
· Fintech.
· Pasarelas de pago.





9/ E-Commerce

Objetivo:

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

Contenido: ¿Quieres desarrollar una tienda online?

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

10/ Mobile Marketing

Objetivo:

Conocer todos los medios y herramientas del entorno móvil, tales como las apps, la geolocalización, el m-Commerce, la publicidad mobile y saber cuándo es conveniente desarrollar una estrategia de mobile y los beneficios y ventajas que puede aportar a nuestra compañía.

Contenido: ¿Te comunicas con tus clientes a través de dispositivos móviles?

· Modelos de Negocio en Móvil.
· Local Mobile Marketing (Geolocalización).
· Apps y Tendencias en Mobile.
· Tipos de estrategias en móviles para empresas.
· M-Commerce.
· Mobile Innovation.

11/ Publicidad Digital

Objetivo:

Conocer las diferentes plataformas, medios y soportes que nos ayudarán a comunicar nuestro producto para lograr campañas de comunicación más eficientes seleccionando el mix de medios adecuado. Identificar los diferentes formatos publicitarios que hoy en día se usan en la web.

Contenido: ¿Dominas los nuevos formatos en publicidad digital?

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

12/ Affiliate Marketing

Objetivo:

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

Contenido: ¿Sabes cómo funciona el Marketing de Afiliación?

· El Ecosistema campañas de display.
· Redes publicitarias, Google, Facebook,...
· Sell Side Platforms/Supply Side Platforms.
· AdExchanges.
· Demand side Platforms DSP's.
· Data Provider & Data Management Platforms.
· Retargeting, Lookalikeaudiences.
· Definición de objetivos y planificación de campañas.
· Seguimiento, optimización y reporting.
· Marketing de Afiliación.





13/ Digital Media Planning

Objetivo:

Realizar la planificación de medios digitales de una compañía para que todas las acciones que formen parte de una campaña estén coordinadas y con unos objetivos planteados a los que pueda darse seguimiento, verificar la consecución de esos objetivos y analizar los resultados de cada una de las acciones.

Contenido: ¿Sabrías desarrollar un plan de medios online?

· El mercado de la publicidad en España.
· Redes publicitarias.
· Organismos reguladores.
· Modelos de negociación de medios.
· Mix de medios digitales.
· Segmentación y planificación de audiencias.
· Elaboración de un plan de medios online.

14/ Social Media Strategy

Objetivo:

Aprender a gestionar de manera exitosa las redes sociales más adecuadas según nuestra estrategia y objetivos. Crear un Social Media Plan, y saber monitorizar y escuchar las redes. Captar y fidelizar audiencias a través de las redes sociales con intercambio constante de información. Gestionar tu Reputación Online y Viralizar tus mensajes.

Contenido: ¿Has integrado las redes sociales en tu estrategia corporativa?

· El Community Manager.
· Social Media Marketing (SMM).
· Plan de Crisis en medios sociales.
· Identidad y Social Branding.
· Escucha Activa.
· Monitorización.
· Medición y análisis de resultados.

15/ Email Marketing

Objetivo:

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

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

· Plataformas y herramientas.
· Bases de datos y sus segmentaciones.
· Métricas, reporting y KPIs.
· Creatividad, diseño, copywriting y personalización.
· Estrategia de email marketing.
· Automatizaciones. Email Retargeting. Emails basados en eventos y comportamiento.
· Multicanalidad.

16/ Inbound Marketing

Objetivo:

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

Contenido: ¿Aplicas técnicas de Inbound Marketing?

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





17/ Search Engine Optimization - SEO

Objetivo:

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

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

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

18/ Search Engine Marketing- SEM

Objetivo:

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

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

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

19/ Plan de Marketing Digital

Objetivo:

Diseñar paso a paso un Plan de Marketing Digital y lograr alinearlo con el Plan de Marketing General de la compañía. Combinar todas las herramientas y acciones que nos hagan alcanzar los objetivos empresariales.

Contenido: ¿Has integrado tu Plan de Marketing Digital con tu Plan Estratégico de Empresa?

· El Plan de Marketing Digital.
· Análisis de la Competencia.
· Plan de Comunicación 360.
· Objetivos y Estrategia del Plan de Marketing Digital.

20/ CRM y Growth Hacking

Objetivo:

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

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

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





21/ Business Intelligence: Big Data

Objetivo:

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

Contenido:

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

22/ Analítica Web

Objetivo:

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

Contenido: ¿Sabes lo que ocurre en tu web?

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

23/ Google Analytics

Objetivo:

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

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

· Conoce Google Analytics.

· Gestión y manejo de la herramienta.

· Métricas.

· Análisis y diseño de informes estadísticos.

· Implementación y seguimiento.

24/ Legislación, Seguridad y Privacidad en las redes

Objetivo:

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

Contenido: ¿Están tus datos protegidos y seguros frente a ataques?

· Seguridad de la Información.

· La información, como activo fundamental que hay que proteger y tratar adecuadamente, adaptado a un entorno digital.

· Ciberamenazas y riesgos a la información.

· Formas de protección.





Proyecto fin de Máster*

El **Proyecto de Fin de Máster (PFM)** tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, en una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM sea:

· Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.

· Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el programa MBA.

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

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

Prácticas (solo para Modalidades Presenciales)

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

Máster en

Marketing y Dirección Comercial

EXECUTIVE // ONLINE



01 / Dirección estratégica de la empresa

02 / Dirección de Marketing

03 / Dirección Financiera

04 / Investigación de mercados y toma de decisiones de marketing

05 / Estrategia de producto y precio

06 / Estrategias de comunicación

07 / Marketing digital

08 / Distribución comercial y logística

09 / Dirección comercial

10 / CRM y marketing relacional

11 / Plan de marketing

12 / Desarrollo de habilidades directivas

Máster en
Marketing y Dirección Comercial

Datos Clave

v

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



Máster en
Marketing y Dirección Comercial



Ventajas de nuestro Máster

01.
Visión global

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

02.
Marketing Oriented

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

03.
Contenido & Inboud Marketing

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

04.
Design Thinking

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

1/ Dirección estratégica de la empresa

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

· El análisis externo e interno de una compañía.
· Identificar las posibles modalidades de ventajas competitivas.
· Diseñar las diferentes estrategias de la empresa.
· Conocer las tácticas y métodos de desarrollo para alcanzar los objetivos estratégicos.
· Estudiar casos específicos y situaciones de negocio para una adecuada comprensión práctica.
· Concepto y evolución de la Estrategia.
· Objetivos estratégicos de la Empresa.
· El proceso Estratégico.
· Formulación de la Estrategia.
· Análisis estratégico en la dinámica de la Gestión Empresarial.
· Desarrollo de la Estrategia.
· Formación e implementación de la Estrategia.
· El Cuadro de Mando Integral.

2/ Dirección de Marketing

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

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





3/ Dirección Financiera

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

· Introducción a las Finanzas.

· Análisis de Información Financiera.

· Evaluación y Valoración de Inversiones.

4/ Investigación de Mercados y toma de decisiones de Marketing

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

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

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

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

5/ Estrategias de Producto y Precio

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

· Aplicación regular, metódica y crítica de todas las técnicas, recursos y metodologías del marketing mix.

· Estudio de estrategias de Marketing directamente relacionadas con el producto en su dimensión individual o para una gama/cartera de productos.

· Análisis de los precios en los mercados actuales, así como de los aspectos clave que los condicionan.

· Técnicas para la fijación y determinación de precios de un producto dentro de una estrategia de marketing integrada.

6/ Estrategias de Comunicación

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

· Publicidad e imagen.

· Campañas de comunicación y promoción.

· Planes de comunicación y planes de medios.

· Comunicación estratégica: ATL.

· Comunicación estratégica: BTL.



7/ Marketing Digital

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

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

8/ Dirección Comercial y Ventas

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

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

9/ Distribución Comercial y Logística

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

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

10/ CRM y Marketing Relacional

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

· Estudio de la importancia y del desarrollo de un programa relacional a nivel organizacional
· Objetivos estratégicos de un programa CRM.
· Elaboración, análisis y diagnóstico de la cartera de clientes.
· Desarrollo y análisis de estrategias, técnicas y herramientas para la implantación del CRM.
· Estudio de las TIC aplicadas a la gestión de clientes.
· 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.



11/ Plan de Marketing

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

· Metodología para la realización de un diagnóstico de los procesos de planificación.
El proceso de planificación estratégica con tal de poder competir con éxito en el mercado.

· La planificación: destinada a la toma de decisiones clave en relación a las distintas áreas y variables que van a determinar la actividad comercial y marketing de la empresa.

· Ejecución: asegurando que las estrategias propuesta se convierten en hechos y actuaciones en el mercado.

· Control: como sistema de seguimiento y valoración de lo previsto versus lo realmente realizado y logrado.

12/ Desarrollo de Habilidades Directivas

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

· Negociación.
· Manejo de las distintas técnicas de comunicación.
· Liderazgo
· Motivación.
· Ética profesional.
· Toma de decisiones.
· Factores relacionados con el desarrollo directivo y que pretenden facilitar las claves requeridas para desarrollar las ‘soft skills’ que marcan la diferencia entre los profesionales de éxito.

Proyecto fin de Máster*

El **Proyecto de Fin de Máster (PFM)** tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, en una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM sea:

· Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.

· Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el programa MBA.

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

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

Prácticas (solo para Modalidades Presenciales)

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



EUDE

Programas en Habilidades Directivas

Habilidades directivas

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

1/ Haz presentaciones eficaces (8 h.)

2/ Hablar en público: comunicación cara a cara y por videollamada (8 h.)

3/ Soft skills (8 h.)

4/ Confianza (8 h.)

5/ Toma de decisiones (8 h.)

6/ Cómo solucionar problemas (10 h.)

7/ Asertividad y Empatía (10 h.)

8/ Resiliencia (8 h.)

9/ Productividad y foco (8 h.)

10/ Habilidades de negociación (8 h.)

11/ Aprende a pensar (8 h.)



Idiomas

Tu Máster incluye el aprendizaje de 8 idiomas.

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

Management Business English Program

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

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

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

Formación en idiomas

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

Desde EUDE creemos firmemente en la formación 380º, queremos que todos nuestros alumnos de master tengan un recurso adicional que les permita mejorar o complementar con una formación de un idioma con uno de los mejores métodos que existen en la actualidad en la formación online de Idiomas, ponemos a disposición del alumno una potente herramienta durante su formación para que aprovecha al máximo el tiempo que cursa en nuestra institución.



Claustro

Claustro Académico de EUDE Business School

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



D. Juan Díaz del Río

Director Académico

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid; Responsable de la División Estratégica de Negocio de la Consultora NEXOR ADVERTIS; Subdirector del Área de Operaciones en AUNA Telecomunicaciones (actual ONO). En la parte académica fue Director Ejecutivo del Programa Intensivo de Dirección de Empresas en el Instituto San Telmo y es coautor del libro “Distribución Comercial Aplicada”.



D. Carlos Viera

Director del Programa Marketing y Dirección Comercial

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

Claustro



D.Javier Lozano

Docente

Área de Logística, Operaciones y Calidad

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



D. Fernando Moroy

Docente

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



D. Carlos Medina

Docente

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



D. Alejandro López-Rioboo

Docente

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

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



D. Jacek Waszkiewicz

Director del Máster en Marketing y Dirección Comercial

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

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



D. Alejandro Vázquez Carús

Docente

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



D. Jerónimo Bascoy Nieto

Docente

CCO - CMO.
Profesional en Gestión de Equipos de Ventas.
Profesional con amplia experiencia en Dirección Comercial, Dirección de Cuentas, Gestión
Comercial y Consultoría de Marketing y Ventas.



D. Jaime Rubiano

Docente

Director proyectos y servicio para LATAM, Director en Comercio Electrónico y Servicios al Cliente, Consultor y Docente. Sectores: Financiero, servicios, salud, gobierno. Especialidades: Gestión de proyectos. Gestión de la innovación (consultor 166002). Canales electrónicos y transformación digital. Gestión de equipos BPO y Contact Center. Gestión proyectos eLearning.
Docencia:
– Gestion de la innovación y la tecnología
– Experiencia de Cliente
– Modelamiento de procesos BPMN
– UNE 166002
– Atención telefónica (ventas y servicio)
– Gestión de Calidad

Claustro



D. Iñaki Acosta Barrera

Docente

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

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

Actualmente es Managing Partner – Jump Internacional.



D. Miguel Ángel Sánchez

Docente

Director del Máster en Comercio Internacional en EUDE Business School.. Miguel cuenta con más de 18 años en Sourcing de productos, especialmente en Mercados Asiáticos, amplia experiencia en procedimientos de importación y exportación.

Profesor del módulo de Incoterms y Gestión de la compraventa internacional en el máster de Comercio Internacional; y en MBA imparte el Módulo Gestión operativa del Comercio Internacional.

Es un entusiasta de ser colaborador y formador en el área internacional de empresa.



D. Borja Roibás

Docente

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



Da. Carmen Bermejo Siller

Docente

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

Claustro



D. Paolo Lombardo

Docente

Licenciado en Psicología. Máster en Desarrollo Organizacional. Máster en Coaching Personal, Ejecutivo y Empresarial. Profesor de Psicología Experimental y Psicología clínica. Universidad Central de Venezuela. Director de Recursos Humanos. Pandock c.a. Director de Contenidos y Tutorías. EUDE Business School. Licenciado en Marketing y Administración de Empresas (ESEM). Máster en Comercio Internacional (Cámara de Comercio de Madrid).



David Fernel Cristóbal

Docente

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



D. Arturo Gerrero

Docente

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



D. Daniel Benjumea Aparicio

Docente

Certificate Exceutive Coache by AECEE (Asociación Española de Coaching Ejecutivo y Empresarial). Máster MBA, Máster en Coaching y Gestión del Talento, Máster en Psicología del Deporte y Coaching de Equipos. Especialista Command&Control y Gestión de Emergencias.

Daniel es Jefe de Dotación de Bomberos, especialista en Mando y Gestión de Operaciones. Con más de 20 años de experiencia dirigiendo equipos, es Coach Ejecutivo y Formador en Habilidades Directivas dentro de la Administración Pública y en diferentes Escuelas de Negocio y Universidades. Además compagina su perfil formativo con sus funciones como Mando y Gestor de emergencias en activo.
Docente con una trayectoria de más de 15 años de experiencia y especializado en Liderazgo, Toma de Decisiones, Comunicación y Gestión de Equipos además de conferenciante y escritor.
Articulista en temas técnicos sobre management y gestión, y autor del libro “los diez peldaños hacia tu liderazgo”®.
Acompaña a Equipos y Lideres en diferentes modelos organizacionales en los que además la piedra angular es la gestión de la información y la toma de decisiones.



D. Julio Palomino Arroyo

Docente

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



Dª. Sara DIez

Docente

• Cargo actual. Digital Analyst & SEO specialist

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



D. Nicolás Martínez

Docente

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



D. Juan Moyano

Docente

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

Claustro



Dª. Patricia Hidalgo

Docente

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



D. Germán Peruyero

Docente

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



Dª. Sara de la Torre

Docente

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



D. Borja López-Gómez

Docente

Máster Europeo en Publicidad Digital y Marketing Online por ESIC-ICEMD y Máster en Dirección de Marketing Deportivo.
6 años ejerciendo como periodista y 9 años como especialista en redes sociales. Desde 2013, colidera el departamento de Social Media de Shackleton Buzz&Press.



Dª Alba Díaz Cabrerizo

Docente

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



Dª. Leyre De Cepeda

Docente

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



Dª. Gabriela Rabinowich

Docente

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



D. Xavier Ramírez

Docente

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



Dª. Edgar Barroso

Docente

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

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

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

Claustro



Dª. Amanda Pons Pérez

Docente

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





EUDE

Máster en Marketing Digital +
Máster en Marketing y Dirección Comercial

#Talent

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

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



Cristina Rosal

Alumna de Máster en MBA

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

EUDE

Máster en Marketing Digital +
Máster en Marketing y Dirección Comercial

Partners Internacionales en Educación

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

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

FOM · UB Universidad de Boyacá · Universidad Camilo José Cela · ESPE

Tecnológico de Monterrey · Universidad de Santander UDES · Universidad Piloto de Colombia · Universidad UNIVER

POLI Politécnico Grancolombiano · Universidad de Medellín · Universidad Nacional de Quilmes · UPC



EUDE

Máster en Marketing Digital +
Máster en Marketing y Dirección Comercial

Partners Corporativos

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

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

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

MAPFRE · Santander · Microsoft · Telefónica

SONY · amazon · orange™ · ZARA

accenture · MEDIASETespaña. · Google · INDITEX



EUDE

Máster en Marketing Digital +
Máster en Marketing y Dirección Comercial

#Talks

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

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



Miguel Rodríguez & Alba Díaz

Conferencia Google

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



Fernando Moroy

Consultor financiero e Innovación Digital

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



Juan Villanueva

Socio Director Darwin Social Noise up

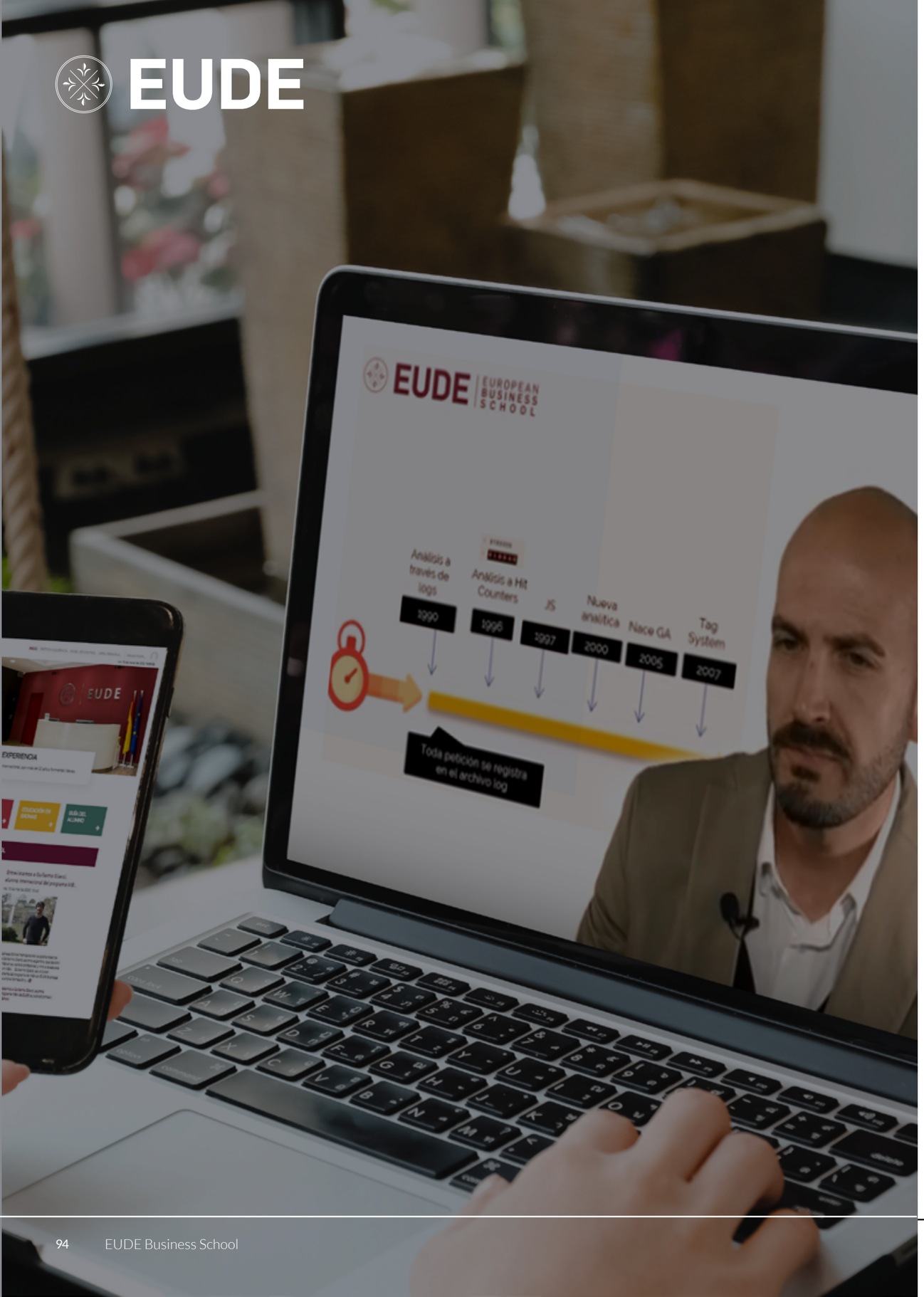
EUDE Business School celebró su Innovation & Business Month. Un ciclo de conferencias en el que grandes profesionales del sector hablaron sobre emprendimiento, innovación y negocios. Juan Villanueva Galobart, Socio Director de Darwin Social Noise Up fue el responsable de la tercera sesión en la que abordó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



Campus presencial

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

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



Campus virtual

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

La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible.
No estarás solo durante tu formación. Asiste a nuestras sesiones presenciales virtuales en directo con los docentes más expertos y comparte la experiencia con tus compañeros. Desarrolla tus habilidades comunicativas. Deja que nuestro equipo de orientadores, tutores y docentes te asesoren.

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

EUDE EUROPEAN BUSINESS SCHOOL

ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

CAMPUS MADRID

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE.

28033. Madrid, España.

(+34) 91 593 15 45

DELEGACIÓN COLOMBIA

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC,

+57 1 5085740

+57 1 5085741

DELEGACIÓN ECUADOR

C/Catalina Aldaz y Portugal , Edificio La Recoleta,

Oficina 71. 7mo piso Quito

593 2 4755550

www.eude.es