



Más de 20 años formando a los mejores líderes del mañana

Digital Institute of Business & Technology de EUDE

Una amplia propuesta académica especializada en todos los verticales del ámbito digital, 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 tecnológicas e impulsando su empleabilidad en el sector digital a través de una potente bolsa de empleo propia.

06/	Compron	niso D	igital	EUDE
$\mathcal{O}\mathcal{O}$				

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

08/ Datos Clave del Programa

del Máster en Marketing y Dirección Comercial + MBA

10/ Ventajas del Ecosistema Digital EUDE

Accede a los mejores seminarios, las certificaciones tecnológicas más punteras y a jornadas de networking con los mejores profesionales

14/ Programa

del Máster en Marketing y Dirección Comercial + MBA

54/ Programas expertos e Idiomas

Formación incluida con tu Máster

62/ Claustro
De EUDE Digital



¿Qué es Digital EUDE?

En Digital EUDE queremos acercar a nuestros alumnos la realidad del mercado digital empresarial. Por ello contamos con un claustro de profesores constituido por docentes de contrastadas trayectorias profesionales en las empresas nacionales y multinacionales más punteras en el ámbito online. Además nuestros alumnos dispondrán de herramientas que acrediten nuestro material y que aportará certificados reconocidos y que permitan ampliar la titulación obtenida.



Pilares de **Digital EUDE**

Amplia oferta
académica
especializada en
el ámbito digital
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.

Acceso a certificaciones habilitantes para las plataformas líderes internacionales, como Google o Facebook.



Los puestos digitales más demandados serán: Digital Marketing Manager, Digital Account Manager, Social Media Manager, Consultor SEO/SEM, Content Manager y Analista Web.



EXPERIENCIA

Con más de 25 años de evolución académica que ha formado a más de 100 mil alumnos de muchas nacionalidades. Profesionales con experiencia laboral, emprendedores, disruptores, innovadores v líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

CONFIANZA

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

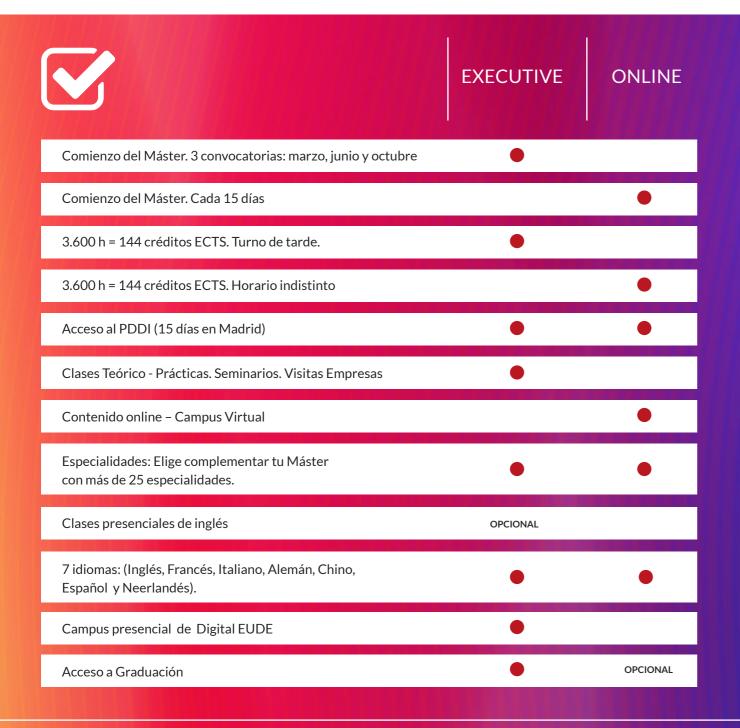
LIDERAZGO

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

EMPLEABILIDAD

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

Datos Clave







La transformación digital, los nuevos canales de comunicación y el desarrollo de la inteligencia artificial están revolucionando el entorno digital. Las empresas buscan profesionales capaces de adaptarse a las nuevas fórmulas de contacto con el cliente.

Con el **Máster de Digital EUDE** tendrás la oportunidad de conocer de la mano de profesionales del sector las últimas disciplinas, tendencias, herramientas y plataformas necesarias para afrontar la transformación digital de tu negocio.

La digitalización es un proceso transversal a todas las áreas de la organización empresarial, desde RRHH hasta Innovación-TI, Marketing, Estrategia, Operaciones o Finanzas.

Eventos Digitales

Acceso a Seminarios, charlas y mesas redondas con las empresas más punteras del sector.





PlayStation.



Global Alumni

Más de 5.000 alumnos al año, de 60 nacionalidades diferentes, lideran empresas internacionales.









Certificaciones

Con tu máster podrás certificarte en las plataformas líderes en el sector digital y así ampliar tus habilidades.

Google facebook





Business Day

Jornadas en empresas del sector dónde podrás conocer de primera mano cómo gestionan su éxito compañías nacionales e internacionales.









Bolsa de Empleo

Tendrás a tu alcance más de 1.200 convenios gracias a nuestra bolsa de empleo. Aprende y desarróllate en las mejores empresas del sector digital.







Experiencias

Posibilidad de viajar y compartir con compañeros, conocer otra cultura y ver de cerca cómo funcionan y a qué deben su éxito empresas de primer nivel.

HubSpot

Google

INDITEX



Ventajas de nuestro Máster en Marketing y Dirección Comercial

El Máster en Marketing y Dirección Comercial de Digital EUDE desarrolla conocimientos técnicos habilidades directivas necesarias para responder a las exigencias que continúan en constante cambio dentro del área de marketing. El mundo de la comercialización está cambiando a gran velocidad. La constante innovación en la estrategia de mar- keting exige profesionales capaces de liderar el cambio en las empresas.

El programa de Marketing y Dirección Comercial va dirigido a profesionales con experiencia, que cuestionan el pensamiento convencional y buscan un desafíotantopersonal como profesional. Personas que quieran impulsar su carrera y adaptarse a los cambios del

mercado, adquiriendo las herramientas y conocimientos necesarios para triunfar en el mundo del marketing y la dirección comercial

La transformación digital, los nuevos canales de comunicación y el desarrollo de la inteligencia artificial están revolucionando el entorno digital. Las reglas del marketing han cambiado y las empresas buscan profesionales capaces de adaptarse a las nuevas fórmulas de contacto con el cliente.

Con el Máster en Marketing Digital de Digital EUDE tendrás la oportunidad de conocer de la mano de profesionales del sector las últimas disciplinas, tendencias, herramien-tas y plataformas necesarias para afrontar la transformación digital de tu negocio.







Ángela HitaAlumna de Máster en Marketing

"Tanto profesores como profesionales de EUDE me han ayudado mucho con la bolsa de trabajo, para conseguir entrevistas y conocer empresas".

1 / Dirección estratégica de la empresa

El objetivo general de esta área de conocimiento persigue preparar a los participantes para 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 especícos 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

Marketing y Dirección Comercial + MBA

Dirección financiera

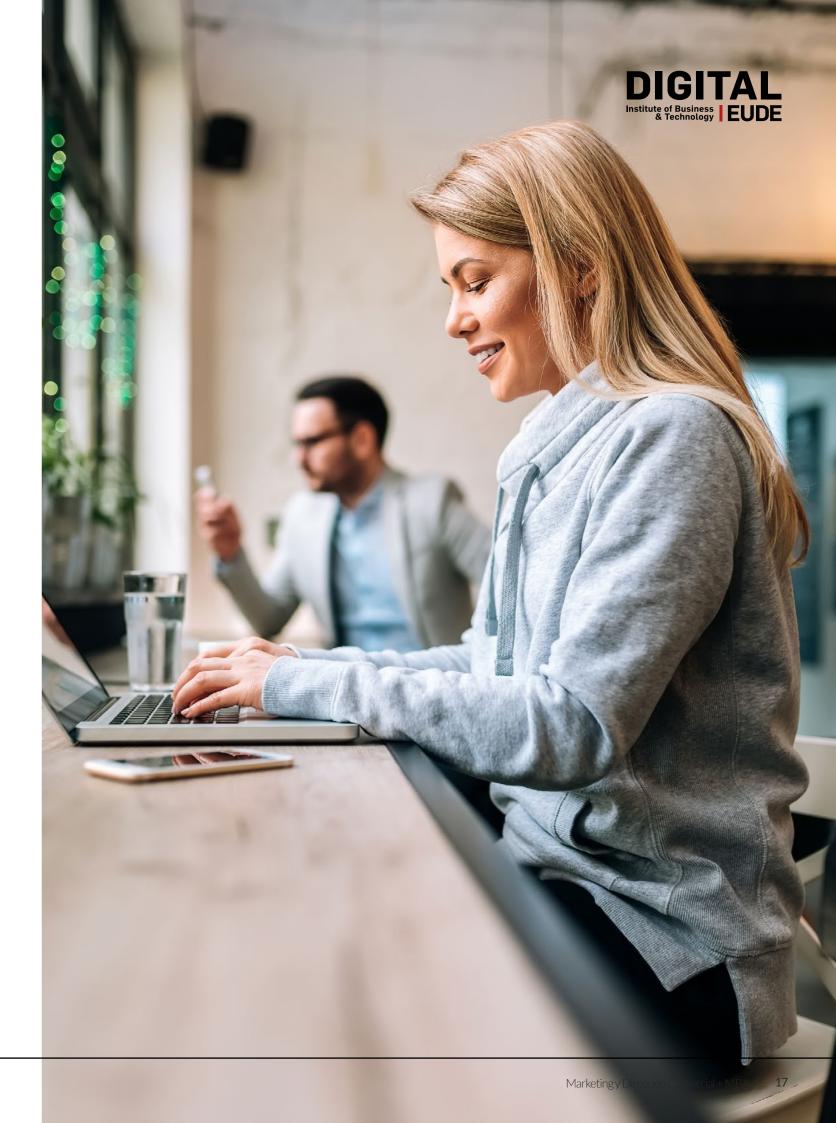
El área de conocimiento de Dirección Financiera, introduce al estudiante en los conceptos fundamentales de la información económico-financiera de la empresa y de los documentos donde se soporta (Balance, Cuenta de Resultados, Plan de Tesorería, Sistema de Costes, Plan de Inversiones y Financiación, etc.).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

- · Introducción a las Finanzas.
- · Análisis de Información Financiera.
- · Evaluación y Valoración de Inversiones.

/ Investigación de mercados y toma de decisiones de marketing

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

- · Desarrollo de técnicas, cualitativas y cuantitativas de la investigación comercial.
- · Diseño de cuestionarios, análisis de datos einformación.
- · 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:
 - 1. El origen de la neuroeconomía y del neuromarketing
 - · El cerebro del cliente como objetivo fundamental del marketing.
 - · Evolución histórica del neuromarketing.
 - 2. 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 conducta. esas.





5/ Estrategia 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.

O / Dirección comercial y ventas

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

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

O Distribución comercial y logística

En el Módulo de Distribución Comercial y Logística, el estudiante adquirirá los conocimientos y competencias para manejar los diferentes canales de distribución, decidir las estrategias más efectivas según los condicionantes de mercado y la posición de la empresa en el mismo, conocer los procesos de comercialización y cómo los distintos canales y circuitos existentes condicionan las decisiones estratégicas comerciales y de marketing de la empresa. Al mismo tiempo, también se desarrollan los temas relacionados con la gestión logística, el mantenimiento de la cadena de suministro, abastecimiento y distribución de los productos, etc.

10 / CRM y marketing relacional

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

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

$\frac{1}{1}$ Plan de marketing

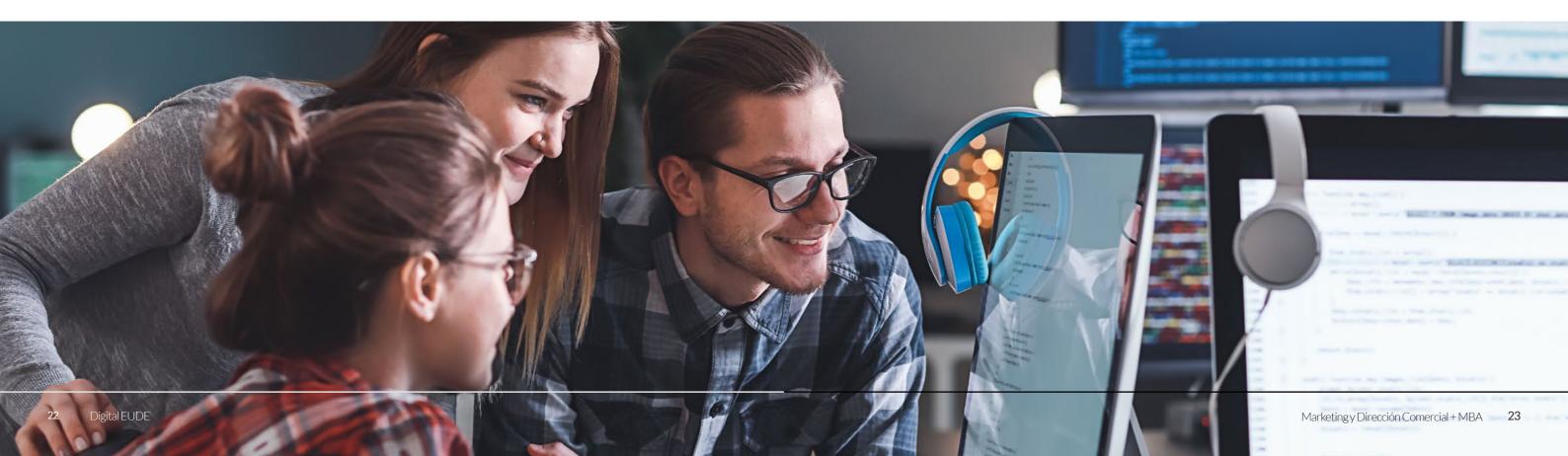
En el área del Plan de Marketing, el estudiante aprenderá la importancia y necesidad de planificar la actividad comercial y de marketing en las organizaciones con tal de gestionar y optimizar los recursos disponibles. Para ello estudiará a fondo los aspectos y condicionantes internos de la organización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

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

1 2 / 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.



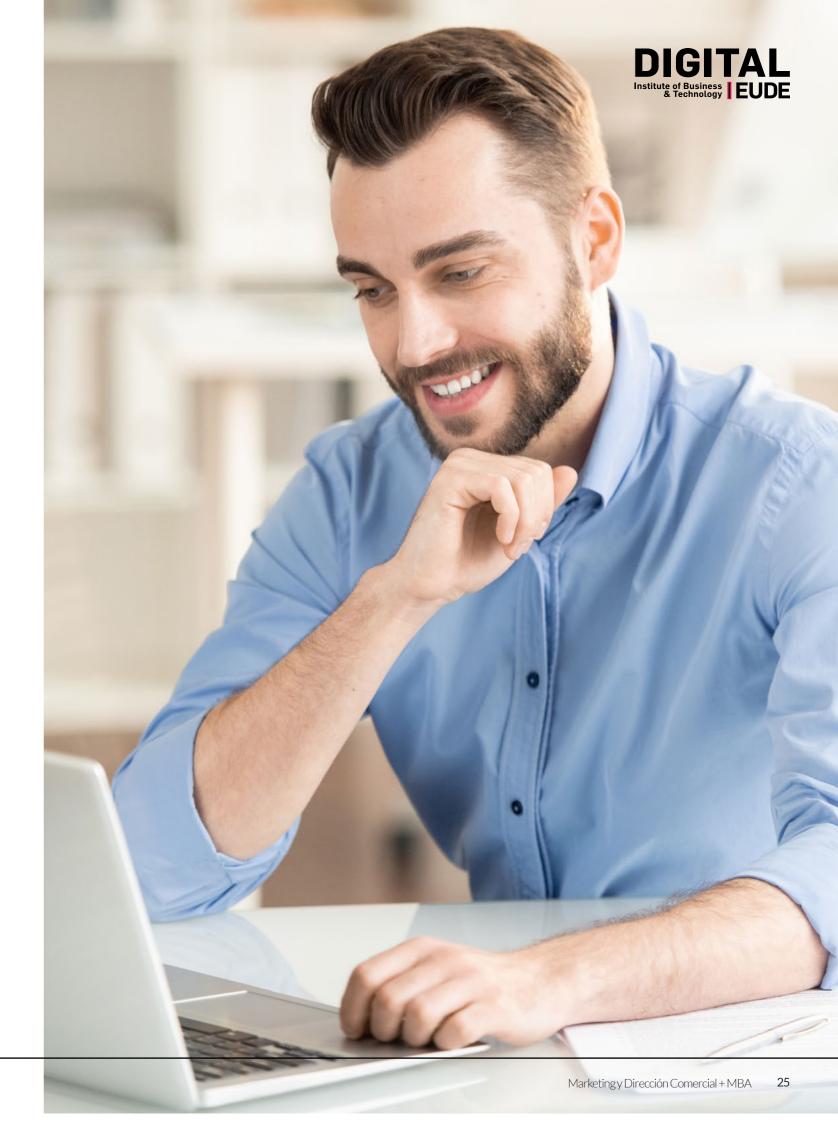
Proyecto fin de Máster*

El Proyecto Fin de Máster supone, por parte del estudiante, el estudio y la realización de actividades en cada uno de los módulos que son parte formal del plan de investigación, identificados en el programa. La calificación del TFM será la media de la nota obtenida en todos estos módulos:

- Marketing Estratégico
- Imagen, marca y reputación
- Decisiones estratégicas de producto
- Gestión Contable y Finanzas Operativas
- Análisis de Información Financiera
- Valoración de Proyectos y Empresas
- Pricing
- Comunicación Estratégica I: ATL
- Comunicación Estratégica II: BTL
- SEO/SEM: claves para un buen posicionamiento
- Social Media Strategy
- Cómo elaborar un plan de Marketing

Prácticas (solo para Modalidades Presenciales)

Digital 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.







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

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

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

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

Calidad académica certificada

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

















Rankings

Digital EUDE 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 deposgrado.

Forbes

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



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



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

HAMILTON

GLOBAL INTELLIGENCE

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







Guillermo Güerci

Alumno de Máster en MBA

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

1 / Dirección y Organización de la Empresa

Objetivo:

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

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

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

Contenido: ¿Entiendes la importancia del Marketing Digital?

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

Marketing y Dirección Comercial + MBA

2/ Estrategia de la Empresa

Objetivo:

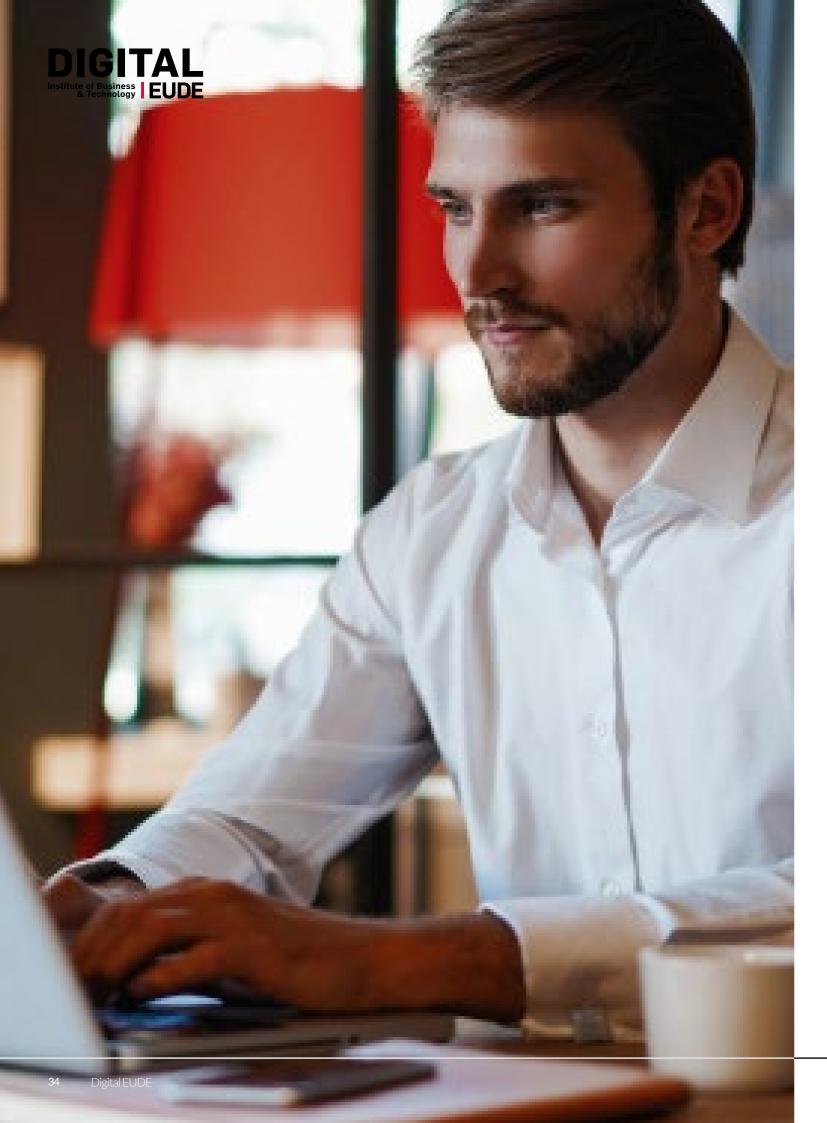
El objetivo de los módulos de estrategia es trabajar de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnosticar, definir, implantar y controlar la estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme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

Al finalizar estos módulos el alumno estará capacitado para:

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

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





3 / Dirección Estratégica del Capital Humano

Objetivo:

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

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

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

Contenido:

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

/ Dirección de Marketing, Gestión Comercial y Marketing Digital

Objetivo:

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

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

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

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

Contenido:

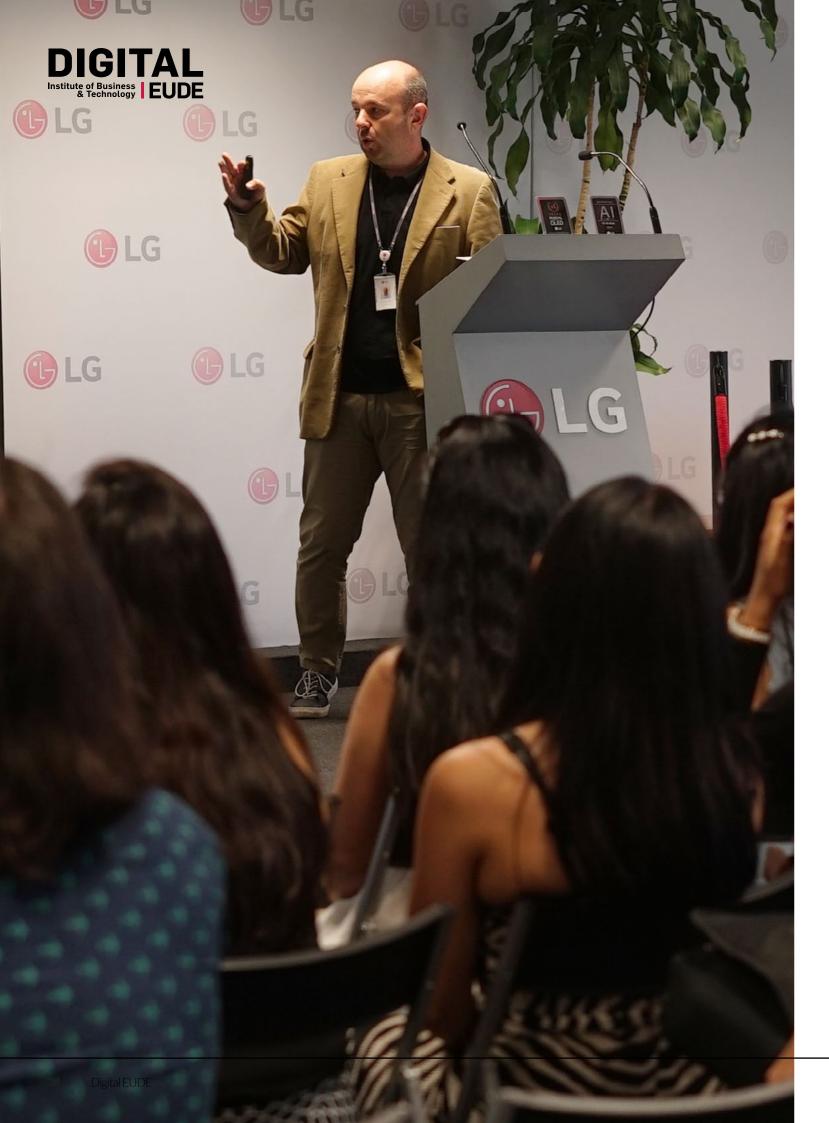
- · Marketing Estratégico.
- · Imagen, marca y reputación.
- · Marketing Operativo. Estrategias de producto, precio, comunicación y distribución.
- · Plan de Marketing. Ejecución y control de actividades.
- · Estrategias de Marketing Digital: Community Management y SEO/SEM
- · Sistemas de Dirección Comercial.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

Dirección Financiera

Objetivo:

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





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

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

Contenido:

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

6 Comercio Exterior

Objetivo:

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

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

Contenido:

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

7 Dirección de Operaciones, Logística y Calidad

Objetivo:

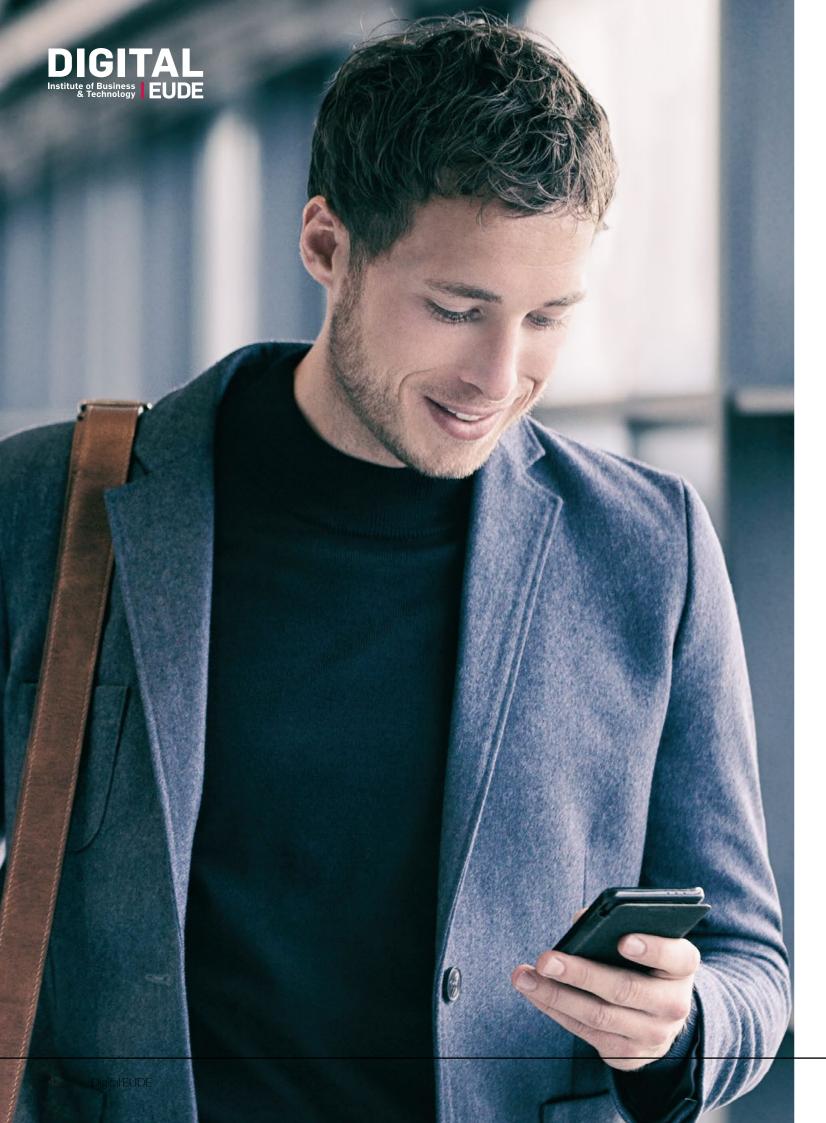
Presentar a los estudiantes de forma práctica y dinámica los conocimientos y herramientas de la Logística Integral como parte esencial del modelo de negocio de una empresa y que incluyen aspectos relativos al aprovisionamiento, compras, planificación y gestión de la producción, almacenamiento, transporte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

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

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

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





Emprendimiento, Innovación Tecnológica y Métodos para la Innovación

Objetivo:

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

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

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

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

- · Conceptos generales de innovación.
- · Business Canvas Model.

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

9/

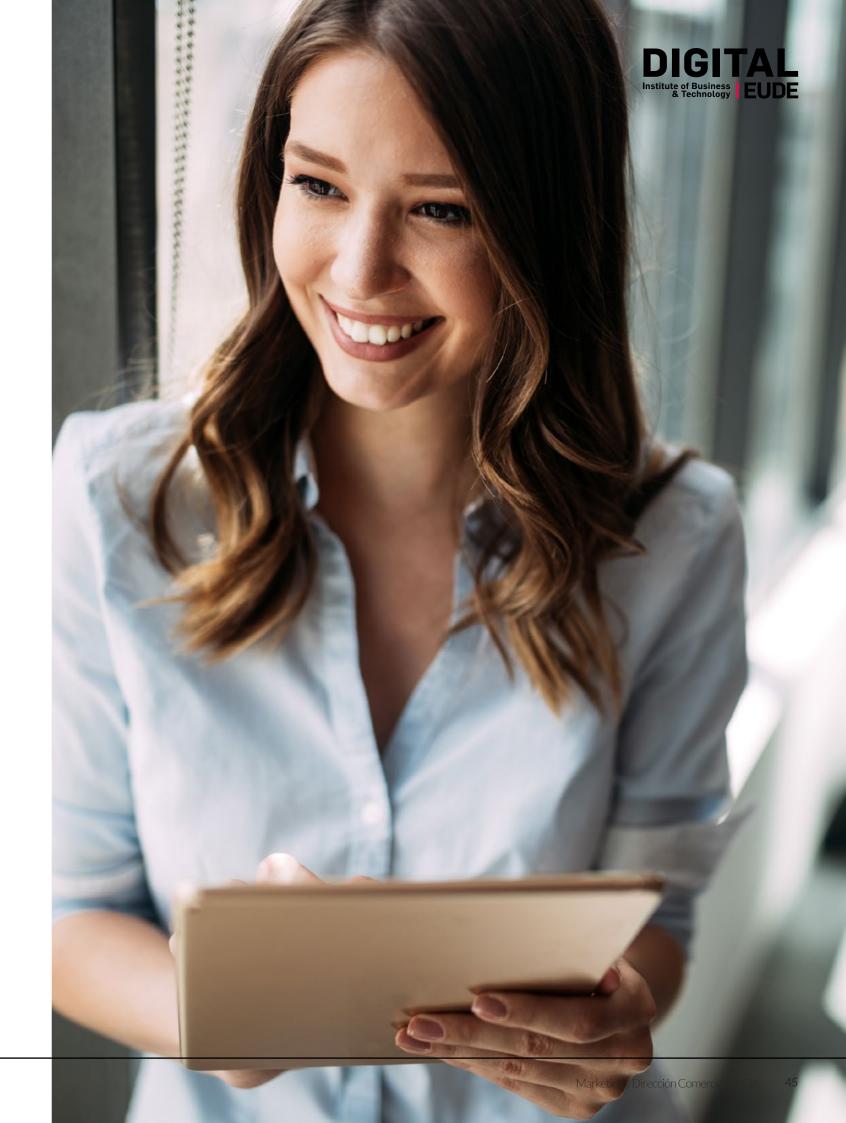
Eficiencia Directiva

Objetivo:

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

- · Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- · Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- · Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.
- · Elaborar las bases estratégicas que permitan planificar y anticipar los movimientos futuros en el ámbito de la dirección de equipos humanos y organizaciones.
- · Contar con un mayor poder de adaptación a las exigencias del actual mercado laboral.

- · Dirección y comunicación empresarial.
- · Desarrollo de competencias para la dirección.
- · Técnicas de negociación empresarial.
- · Técnicas para la toma de decisiones eficaces.
- · Liderazgo y procesos de influencia.





Aspectos Legales

Objetivo:

El empresario y el directivo no necesariamente tiene que ser un profesional del derecho, pero esto no quiere decir que desde el punto de vista de la dirección se desconozcan aspectos jurídicos cruciales y, principalmente cuando se tratan de asuntos mercantiles y fiscales que resultan necesarios conocerse para desarrollar dirección de la empresa con seguridad y confianza.

Así, el estudio del área legal va a permitir al alumno estar en condiciones de conocer aspectos tan importantes como:

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

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

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:

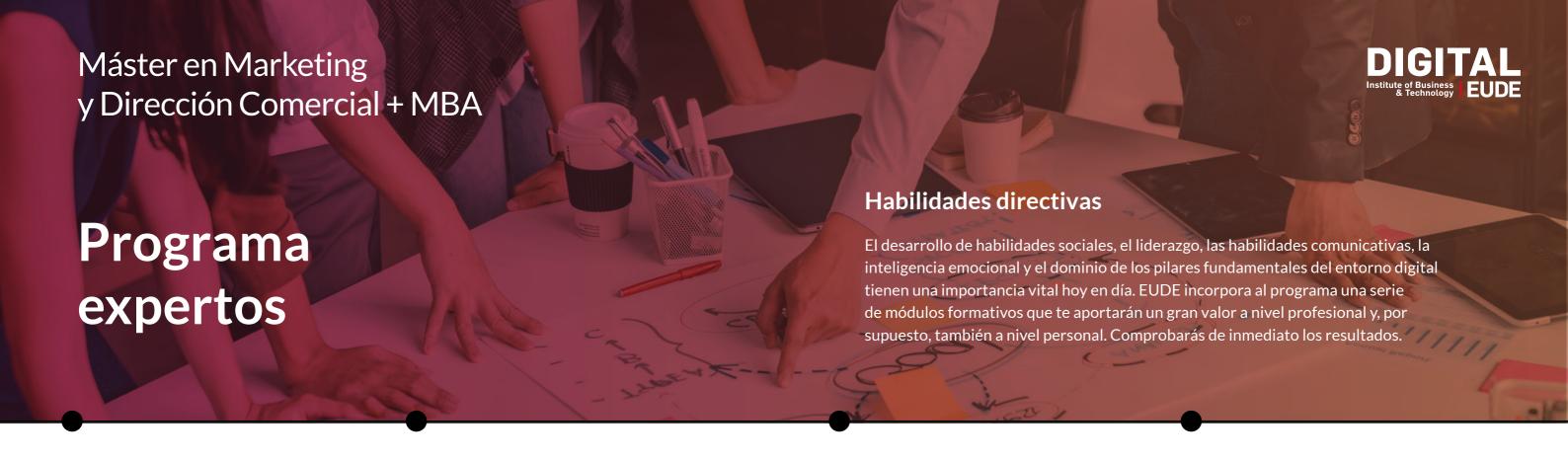
- · Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- · Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el programa MBA.

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

Prácticas (solo para Modalidades Presenciales)

Digital 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.





1 / Experto en Inteligencia Emocional

Saber manejar nuestras emociones de forma que nos ayuden a comportarnos como deseamos. 2/ Experto en Programación Neurolingüística:

Poder organizar el mundo tal como lo percibimos y mediante nuestros sentidos. S Experto en Oratoria, Influencia y Persuasión

Saber cómo
estructurar la
información,
comunicación de forma
creativa, coherente,
concisa y con un hilo
conductor claro.

4 / Experto en Usabilidad y Experiencia de Usuario

Construir mapas de web dentro de una correcta arquitectura web y hacer análisis correctos de medición.

Marketingy Dirección Comercial + MBA



Tu Máster incluye el aprendizaje de 7 idiomas.

EUDE Business School te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

La modalidad presencial executive incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año.

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.

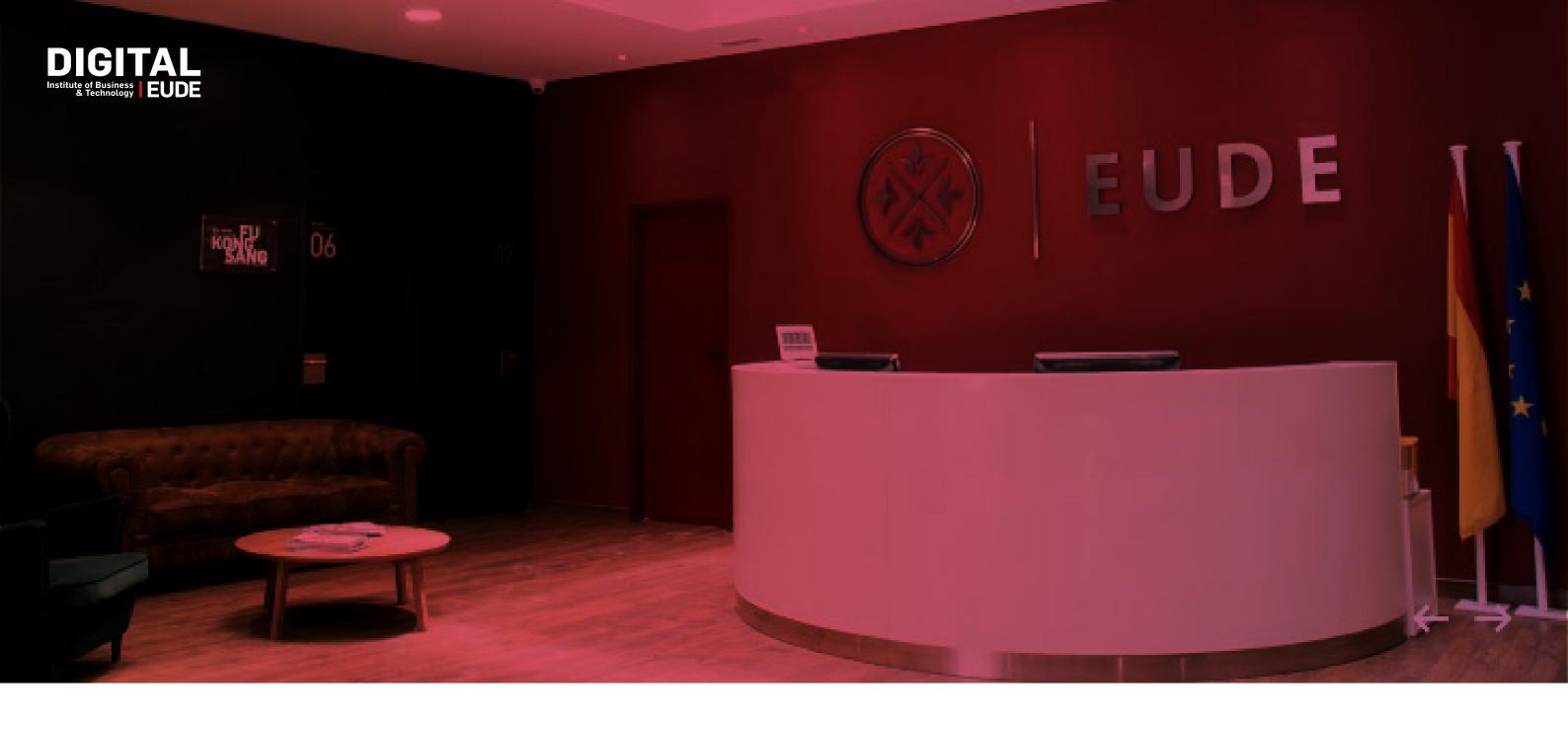
Clases con contenido dinámico y variado, trabajando sobre: listening, reading, grammar, speaking, entre otros.

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.

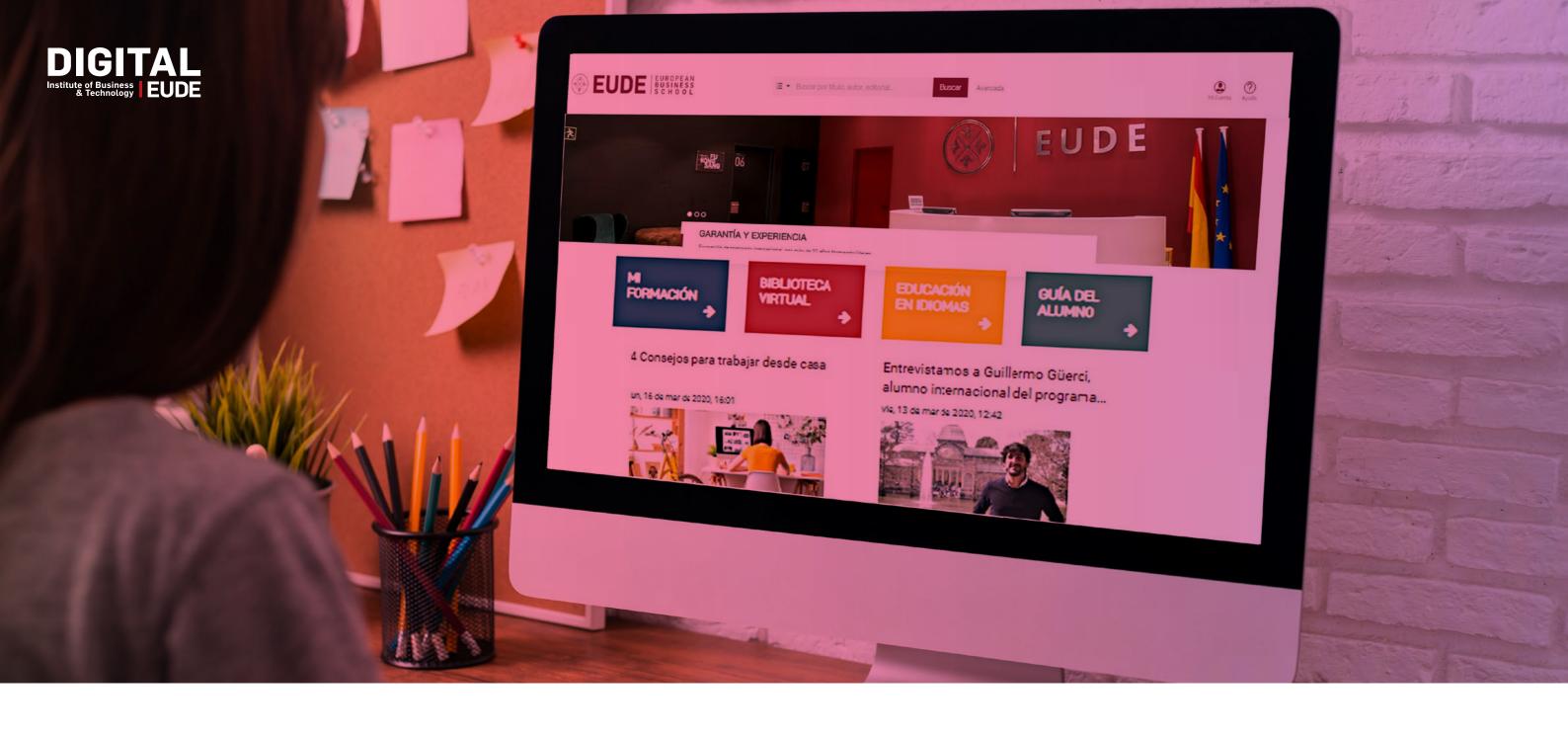
Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Elige entre: Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés. Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.



Campus presencial

Digital EUDE es el 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, cafetería y estacionamiento. El acceso al campus tiene conexiones directas de transporte público (estaciones de metro, autobuses y taxis).



Campus virtual

Digital EUDE 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.



Claustro Académico de Digital EUDE

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. Adolfo Contreras

Docente

Directivo Digital y Consultor de Bitcoin. Licenciado y con un Máster en Administración y Dirección de Empresas en la IESE Business School, cuenta con una amplia experiencia en Dirección y Desarrollo de Negocio. Ha trabajado como Country Manager en Meteo Group durante seis años y en 2016 fundó su Consultora de negocio fintech y Bitcoin



D. Carlos Viera

Director de EUDE Digital

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





D^a Alba Díaz Cabrerizo

Docente

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



D. Julio Palomino Arroyo

Docente

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



D. 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. Gonzalo Gómez Heredia

Docente

Ingeniero de Telecomunicaciones por la UPM. Experiencia en consultoría internacional tanto en la parte de negocio como en la parte técnica. Actualmente trabajando como ingeniero de software, utilizando la tecnología como un medio para aportar valor al cliente y siempre utilizando las mejores prácticas de desarrollo, testing e integración continua.





D^a. Itziar Leguinazabal

Docente

Ingeniería en Organización Industrial e Informática. Cinco años en ámbito tecnológico, concretamente en Inteligencia Artificial. Arquitecto de soluciones y consultoría para Inteligencia Artificial en IBM.



D. Miguel Rodríguez Bueno

Docente

Ingeniero Informático con amplia experiencia en marketing digital. Máster en Data Analytics por el ISDI con especialización en medición y atribución de canales digitales. Consultor de Data y Analytics en Accenture Interactive y BMIND implementando proyectos orientados a performance en clientes como El Corte Inglés, Leroy Merlín o Movistar. Actualmente se encuentra trabajando en Google, gestionando clientes de grandes cuentas.



D^a. Coco Pérez-Curbelo

Docente

Con más de 12 años de experiencia laboral en el ámbito de proyectos digitales, vinculada a compañías como Citi Bank, Banco Popular o Banco Santander (en la actualidad). Máster en Publicidad Digital y Comunicación Interactiva por ICEMD, y licenciada en Dirección y Administración de Empresa por CUNEF.



Da. Esther Villalba

Docente

Diplomada en Ciencias Empresariales. Máster Oficial en Mkt y Máster en Dirección de Marca e Identidad Corporativa. 7 años de experiencia en agencias de medios y publicidad especializadas tanto en clientes de respuesta directa como en campañas de notoriedad y de branded content. Online Media Manager en HMG.





D^a. Sara de la Torre

Docente

Directora independiente de proyectos digitales de comunicación y marketing. Asesoro sobre estrategias, implementación, presupuestos, benchmarks, consultoría de marca... Ayudo a construir o reforzar la identidad digital de empresas, productos, asociaciones... Trabajo en proyectos de comunicación y marketing digital desde 1999. He 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 Roibás

Docente

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



D. Borja López-Gómez

Docente

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

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





D^a. Irene Herrero Soto

Docente

Directora independiente de proyectos digitales de comunicación y marketing. Más de 12 años de experiencia en Marketing Online y Gestión de Proyectos. Ayudando a diferentes compañías en su Transformación Digital. Conocimiento del marketing online y gestión, optimización de canales digitales (SEM, SEO, SMO, Planificación de Medios, Programas de Afiliación, Analítica web y Diseño Web). Gestión y desarrollo de planes de negocio de diferentes entidades. Experiencia en campañas de performance, paid media y gestión de proyectos web, CRO y UX. Actualmente Directora de Marketing en la startup española, Mumablue, perteneciente al programa Google for Startups.



D. 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. Javier Borrego

Docente

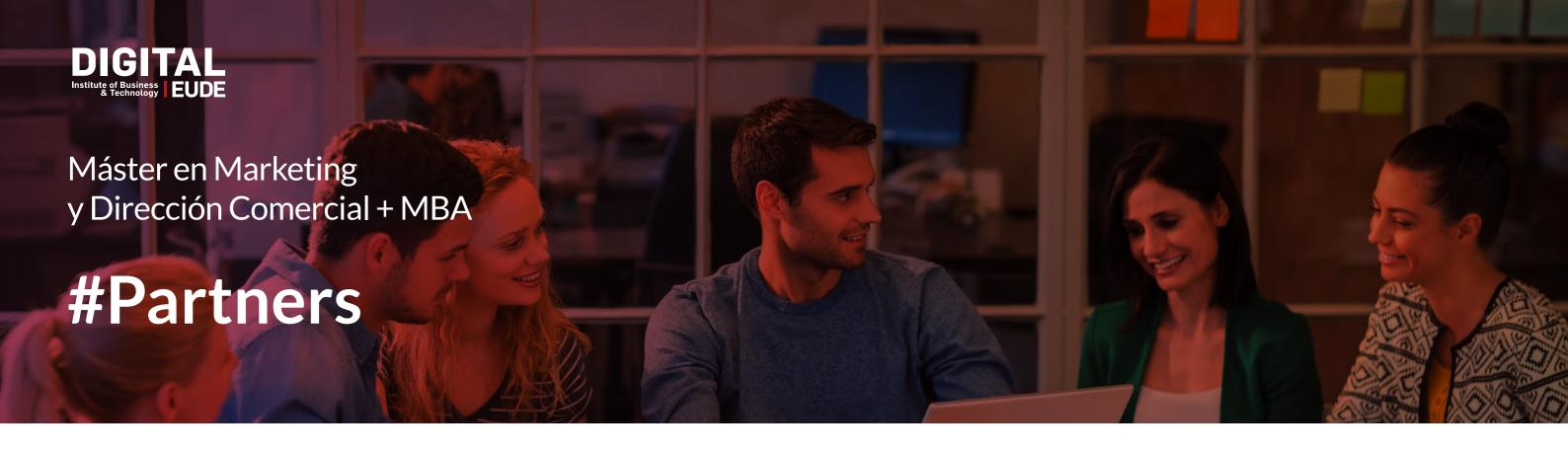
Apasionado del Marketing con trayectoria en agencia, marketing farmacéutico y gran consumo / videojuegos. La creatividad me acompañó todo este tiempo, es la chispa de esta profesión. Siempre al día, actualmente coordino el área de Influencers. También colaboro como profesor y coordinador en el Master de la UCM Playstation Talents en Marketing, Comunicación y Gestión de videojuegos.



D^a Alba Díaz Cabrerizo

Docente

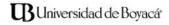
Doble graduada en Derecho y ADE con experiencia en marketing digital, consultoría estratégica y venta. Management Consultant en Accenture con amplia experiencia en el sector bancario (Bankia, Banco Santander y Banco Popular) y sector de telecomunicaciones (Vodafone y Orange), en proyectos dedicados a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



Partners Internacionales en Educación

Digital EUDE tiene como principales avales universitarios y partners académicos a universidades en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, lo que permite a sus alumnos acceder a títulos universitarios propios y oficiales.



























Partners Corporativos

Digital EUDE trabaja con más de 1.200 empresas nacionales e internacionales, con el objetivo de potencializar el desarrollo de los alumnos.

PlayStation. Santander







SONY







accenture







Marketingy Dirección Comercial + MBA

Digital EUDE



Digital EUDE 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.





Alumna de Máster en Marketing digital

"Me pareció muy buena oportunidad lo que me ofrecía Digital EUDE, no solo para crecer haciendo un máster, sino también para conocer otras culturas, y saber cómo se mueve el marketing digital en otras sociedades".







facebook.







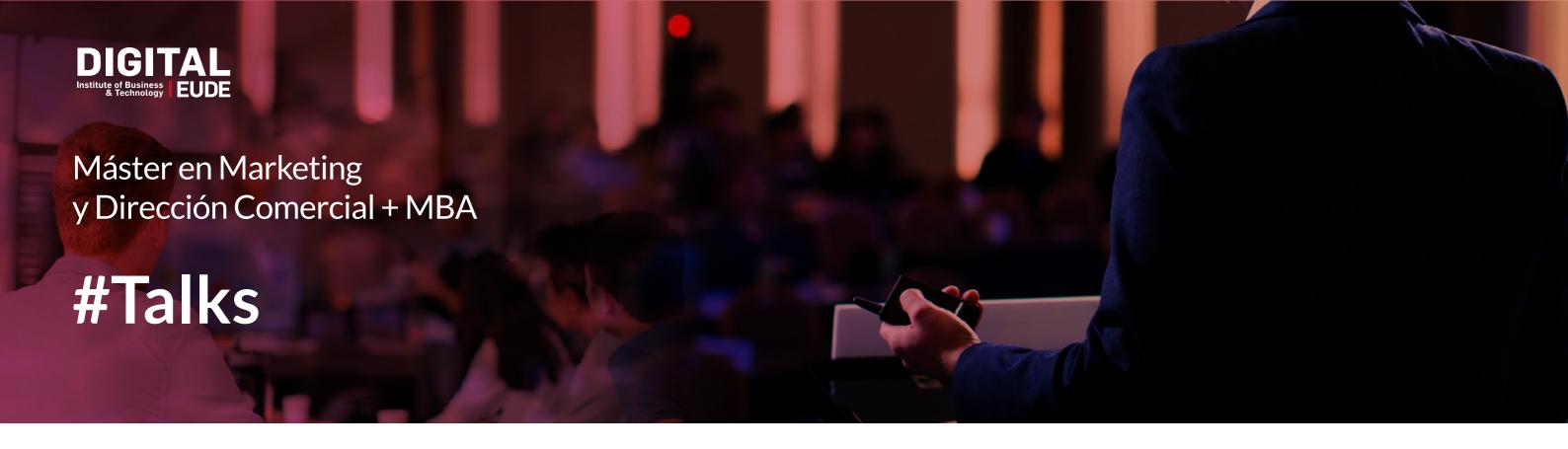
INDITEX











En **Digital EUDE** 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.



Daniel Núñez Rodríguez

Product manager Facebook

Facebook Inc. es una empresa de aprendizaje automático en su interior. Cuando se trata de lograr grandes resultados a escala, el machine learming y las soluciones de automatización de marketing son sus amigos.

Descubre en esta sesión cómo maximizar el machine learning y las soluciones automatizadas para ser realmente efectivo.



Adolfo Contreras

Directivo Digital y Consultor de Bitcoin

Digital Eude acogió el seminario: "La encrucijada de la Banca ante el desafío de Bitcoin" donde nuestros alumnos conocieron la historia, las claves y características de esta nueva criptomoneda, junto a Adolfo Contreras, Directivo Digital y Consultor de Bitcoin.



Con estas actividades organizadas por el departamento académico junto al departamento de atención al alumno de **Digital EUDE**, se quiere mostrar al alumno otras realidades empresariales, más allá de la española. Ofreciendo la oportunidad a los alumnos de vivir y conocer otras perspectivas de carácter internacional.



Visita a las instalaciones de Google en Dublin, Irlanda

Los estudiantes de Digital EUDE han podido disfrutar durante tres días de Dublín, la cautivadora capital irlandesa, donde Google les ha abierto sus puertas en una jornada inolvidable. La visita comenzó en la entrada del edificio principal, donde tanto alumnos como profesionales de EUDE pudieron ver las clásicas letras de Google en tamaño gigante, las cuales también sirven como lugar de reuniones y trabajo. A continuación, fueron conociendo las 14 plantas que forman el edificio. Cada una de ellas, cuenta con un punto central, donde se integran las diferentes funcionalidades de cada piso. Además cada altura intenta representar un valor de la compañía, apoyándose en el uso de diferentes tipos de materiales para remarcarlo.



Digital EUDE viaja a Santiago de Compostela a conocer las instalaciones de INDITEX

Inditex es una de las mayores compañías de distribución de moda del mundo, venden en 202 mercados a través de su plataforma online y de sus más de 7.000 tiendas en 96 mercados. Gracias al éxito de Zara durante la década de los 70, el grupo fue ampliando su volumen de negocio y marcas hasta las 8 que comoponen Inditex actualmente: Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe.

Dentro de las marcas de Inditex, durante este recorrido, los alumnos pudieron conocer en detalle la firma Zara. Una visita en la que pudieron conocer su entramado y aprender de primera mano todo el proceso por el que pasa un producto, desde la idea inicial hasta su llegada a tienda.



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, 0057(1)7042754

DELEGACIÓN ECUADOR

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

www.eudedigital.com