

DIGITAL

Institute of Business
& Technology | **EUDE**



EUDE

Máster en
Marketing
Digital + MBA

PRESENCIAL // ONLINE

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/ Compromiso Digital EUDE

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

08/ Datos Clave del Programa

del Máster en Marketing Digital + 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 Digital + MBA

64/ Programas expertos e Idiomas

Formación incluida con tu Máster

72/ 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.



España, 10º país de la UE en grado de digitalización (DESI), creará 1,25 millones de empleos entre 2019 y 2021 en el sector digital.



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

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.

¿Qué es el Compromiso Digital EUDE?

EXPERIENCIA

1/ 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 y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

CONFIANZA

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

LIDERAZGO

3/ Por 5º 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

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.

Marketing Digital + MBA

Datos Clave



PRESENCIAL

ONLINE

Comienzo del Máster. 3 convocatorias: marzo, junio y octubre	●	
Comienzo del Máster. Cada 15 días		●
3600 h = 144 créditos ECTS. Turno de mañana o de tarde.	●	
3600 h = 144 créditos ECTS. Horario indistinto		●
Acceso al PDDI (15 días en Madrid)	●	●
Clases Teórico - Prácticas. Seminarios. Visitas Empresas	●	
Contenido online - Campus Virtual		●
Especialidades: Elige complementar tu Máster con más de 25 especialidades.	●	●
Clases presenciales de inglés	OPCIONAL	
7 idiomas: (Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés).	●	●
Campus presencial de Digital EUDE	●	
Acceso a Graduación	●	OPCIONAL



Marketing Digital + MBA

Ventajas del Máster en Marketing Digital



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.



Certificaciones

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



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.



Global Alumni

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



Business Day

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



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.



Ventajas de nuestro Máster en Marketing Digital

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, 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, desde RRHH hasta Innovación-TI, Marketing, Estrategia, Operaciones o Finanzas. El programa de Marketing Digital va dirigido a profesionales con experiencia que deseen ampliar sus conocimientos y herramientas dentro del entorno digital, buscando un desafío a nivel personal y profesional.

DIGITAL
Institute of Business
& Technology | **EUDE**

Programa del Máster en
**Marketing
Digital**



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.



Karen Mora

Alumna de Máster en Marketing digital

Karen es colombiana y vino a Madrid a completar su formación para emprender su negocio en un futuro. Actualmente está cursando el Máster en Marketing Digital de EUDE Business School.

“Siempre supe que debería estudiar un máster, mi trayectoria profesional hizo que me decidiera por Marketing Digital. Siento que la mejor decisión fue venir a completar mis estudios a Madrid”.

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, a una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Se pretende que el PFM sea:

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

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

Ventajas del Máster en MBA



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 convencional y buscan un desafío tanto personal como profesional. Personas que quieran impulsar su carrera directiva adquiriendo las herramientas y conocimientos necesarios para triunfar en el cambiante entorno empresarial actual.

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 de posgrado.

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.



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



Programa del
**MBA (Administración
y Dirección de Empresas)**



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:

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



Guillermo Güerci

Alumno de Máster en MBA

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

2/ Estrategia de la Empresa

Objetivo:

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

Al finalizar estos módulos el alumno estará capacitado para:

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

Contenido:

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





3/ Dirección Estratégica del Capital Humano

Objetivo:

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

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

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

Contenido:

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

4/ Dirección de Marketing, Gestión Comercial y Marketing Digital

Objetivo:

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

5/ Dirección Financiera

Objetivo:

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





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

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

Contenido:

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

6/ Comercio Exterior

Objetivo:

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

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

Contenido:

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

7 / Dirección de Operaciones, Logística y Calidad

Objetivo:

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

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

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

Contenido:

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





8/ **Emprendimiento, Innovación Tecnológica y Métodos para la Innovación**

Objetivo:

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

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

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

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

Contenido:

- Conceptos generales de innovación.
- Business Canvas Model.

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

9/ Eficiencia Directiva

Objetivo:

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

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

Contenido:

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





10/ Aspectos Legales

Objetivo:

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

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

- Implicaciones jurídicas de los distintos tipos de sociedades mercantiles.
- Implicaciones y responsabilidades jurídicas de la actividad empresarial.
- Conocer las alternativas más ventajosas para la contratación internacional e implementación de negocios en España.

Contenido:

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

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.

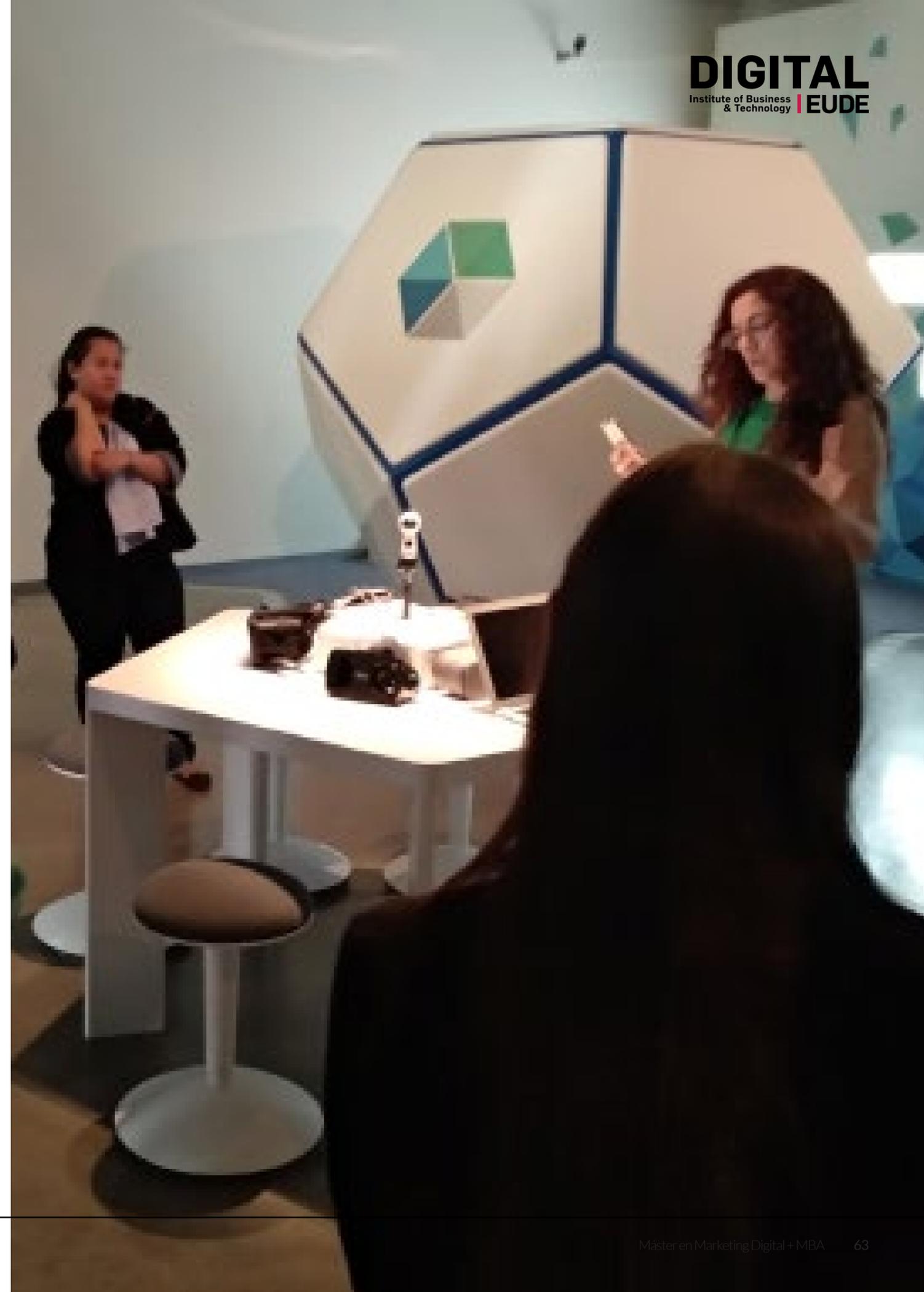
Pretendemos que el PFM sea:

- 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.



Programa expertos

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/ 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.

3/ 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.

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.

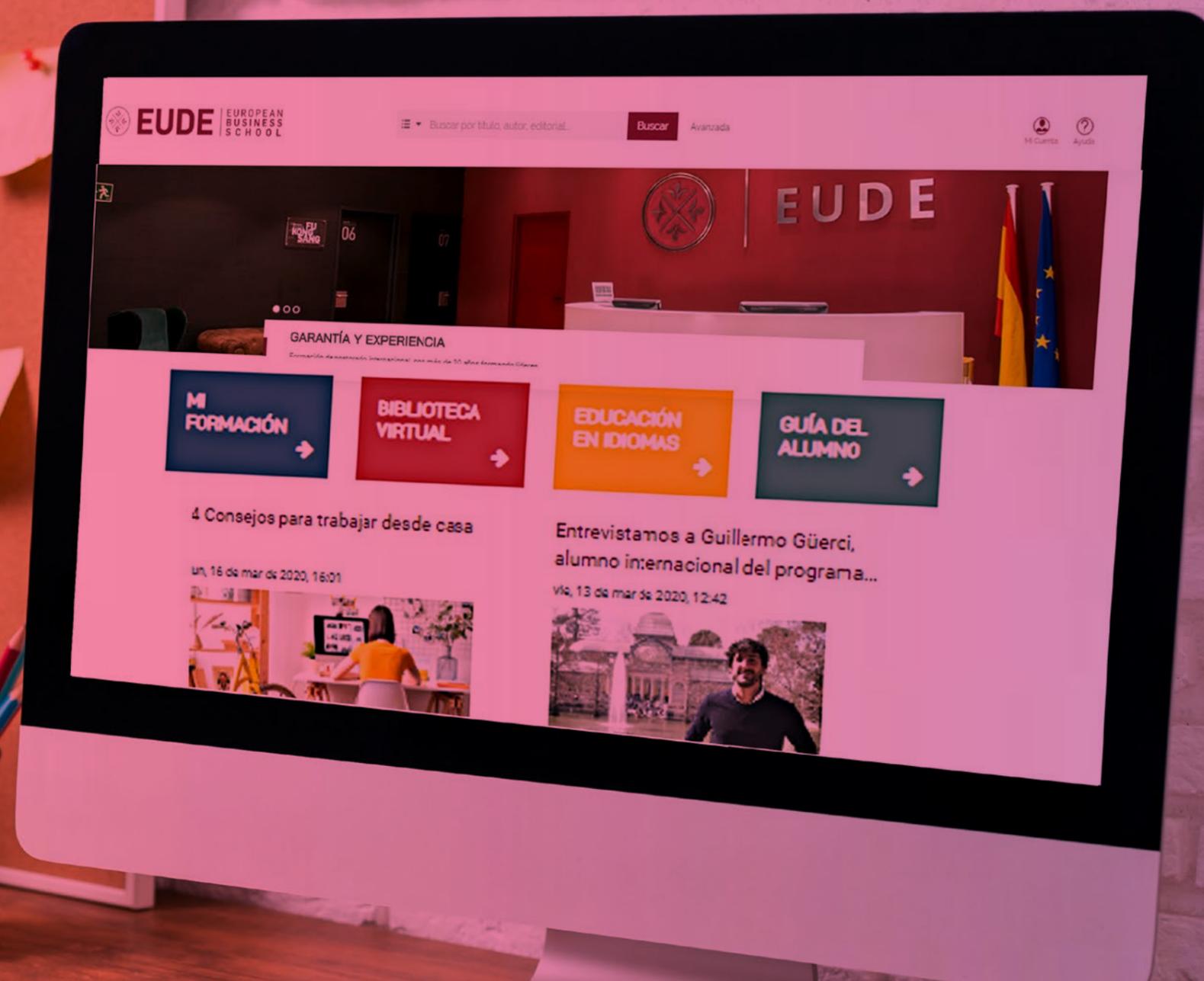
Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. **Elige entre: Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés.** Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.



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

Claustro Académico del Máster en Marketing Digital + MBA presencial.

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



D. Juan Díaz del Río

Director del Programa MBA

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid; Responsable de la División Estratégica de Negocio de la Consultora NEXOR ADVERTIS; Subdirector del Área de Operaciones en AUNA Telecomunicaciones (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 de Máster en Marketing Digital

Director del Máster en Marketing Digital para EUDE Business School. Más de 16 años de experiencia trabajando en agencia para clientes del sector del entretenimiento, desarrollando proyectos digitales, pero sin dejar de lado el medio convencional, a la par que especializado en posicionamiento, comunicación con clientes (redes sociales, marketing de contenidos y email marketing). Partnership para Hootsuite y miembro del MailChimp's Experts Team. Director de Marketing y Ventas en Estrenos 21. Gestión comercial, marketing y comunicación de la web decine21.com. Coordinador departamento Social Media.



Experto en plataformas de email marketing. Dirección de la cuenta Springfield (CorteFiel) Product Manager de revistas Movistar Imagenio (Telefónica), Estrenos DVD, DeviDeo, OX Decine (Cinesa) y Megaconsolas (El Corte Inglés). Responsable de Eventos Cine (preestrenos y premieres). Responsable de Comunicación.



Da. Helena López Casares

Docente

Coach, consultora, conferenciante, formadora, presentadora y locutora. Doctora en Ciencias Sociales especialidad neurociencia cognitiva organizacional (neuromanagement) por la URJC, licenciada en CC de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Experta Universitaria en Comunicación Pública y Defensa por la UNED y el Instituto Gutiérrez Mellado, máster en MKT y Comunicación por IDE CESEM, máster en Dirección de Comunicación y RR.PP. por ECOL-Universidad de Barcelona, especialista en presentaciones de TV por Comunicación y Práctica, experta en Protocolo por la Escuela Internacional de Protocolo, coach por Coachville.



D. Julio Palomino Arroyo

Docente

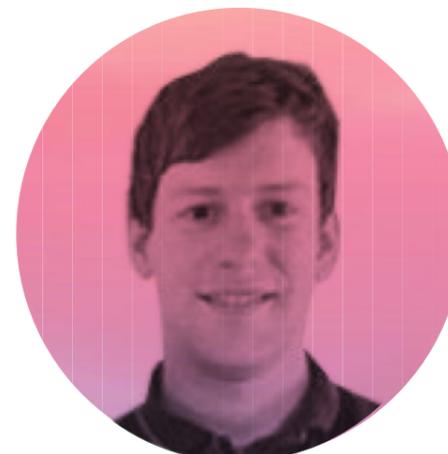
Consultor de Estrategia Digital, especializado en Proyectos on-off, Marketing Digital, Ecommerce y Transformación Digital con más de 25 años de experiencia. Actualmente colaboro con PSS DIGITAL siendo el Responsable del Área de Marketing y Estrategia Digital en España. Formé parte de la multinacional 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.



Dña. 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.



Dña. 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.



Dña. 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

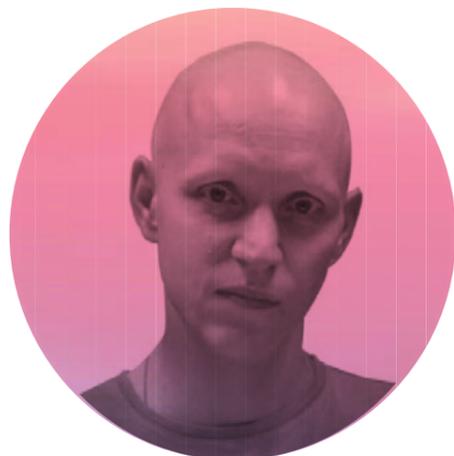
Directora independiente de proyectos digitales de comunicación y marketing. Asesoró sobre estrategias, implementación, presupuestos, benchmarks, consultoría de marca... Ayudo a construir o reforzar la identidad digital de empresas, productos, asociaciones... Trabajo en proyectos de comunicación y marketing 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. 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. 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.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. Javier Lozano

Docente

Área de Logística, Operaciones y Calidad

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



D. Carlos Medina

Docente

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

Entre las funciones que desempeña están:

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



D. Fernando Moroy

Docente

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



D. Francisco Javier Ramírez

Docente

Doctor por la Universidad Complutense de Madrid y Máster Oficial en Humanidades, es actualmente profesor doctor de la UCAM y miembro del equipo de Int'l EduProjects. Además ha dado clase en varias escuelas de negocios, entre ellas, EUDE Business School. Mantiene su actividad profesional como Socio-director de ARTDID y autor de diversas publicaciones.

Especialista en Pensamiento Creativo e Innovación, MK Communications y Marketing Deportivo. Con más de veinte años de experiencia gestionando clientes de gran consumo, automoción y distribución de moda. Destacan GM, SEAT, Fiat, C&A, P&G, Texaco, MB Juegos, Koipe, Arias, DO Vinos de Madrid.



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. Antonio de la Torre

Docente

Ingeniero industrial por ICAI especialidad en Organización Industrial. Máster en dirección general por el IESE. Desde 2017 docente en EUDE Business School impartiendo clases de Dirección y Organización así como de Estrategia Empresarial en másteres y estudios especializados. Director de Calidad, Prevención y Medioambiente, en ABENGOA SOLAR. Perfil multidisciplinar. Ha desarrollado su vida profesional en puestos de Operaciones, Ventas, Consultoría, Dirección General, tanto en empresa propia como en otras corporaciones. Carrera internacional incluyendo residencia durante 8 años en varios países de Latinoamérica y EE.UU. y viajes a múltiples países en Europa, Asia y Oriente Medio.



D. Juan Manuel Tapia

Docente

Director de Talante de Comunicación desde 1992 y se hace cargo personalmente de los departamentos de comunicación en Arjé (2007 - 2012), Versus Publicidad / Everyoneplus (2003 - 2006), La Cambrija (1993 - 2002) y Liga Española de la Educación y la Cultura Popular (1992 - 1992). Durante 2013 se hizo cargo del departamento de Comunicación y Relaciones Públicas de Versus Publicidad / Everyoneplus y fue Consultor de Comunicación para Prismaglobal, actualmente es Consultor de Educación para Telefónica Learning Services.



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:

- Gestión de la innovación y la tecnología
- Experiencia de Cliente
- Modelamiento de procesos BPMN
- UNE 166002
- Atención telefónica (ventas y servicio)
- Gestión de Calidad



D. Javier Sanz

Docente

Ingeniero de Canales, Caminos y Puertos; Máster en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Politécnica de Madrid; Máster en Comercio Exterior por la Escuela de Organización Industrial; Diplomado Superior en Management of International Business; Director General de PROSECORBI INTERNACIONAL Trading de productos y servicios en import-export dentro de los sectores agroindustriales, alimentación, cosmética y belleza, salud y telecomunicaciones. ARETECH SOLUTIONS como Asesor en Desarrollo Internacional.



D. Miguel Ángel Sánchez

Docente

Director del Máster en Comercio Internacional en EUDE Business School.. 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. Alberto Palacios

Docente

25 años de experiencia en diferentes áreas de gestión, trabajo en agencia y amplia experiencia en nuevas empresas, Actualmente centrado y concienciado en el impacto social, desarrollando con orgullo un nuevo modelo de colaboración basado en comunidades de consumo natural #Farmidable.



Da. Isabel Villares

Docente

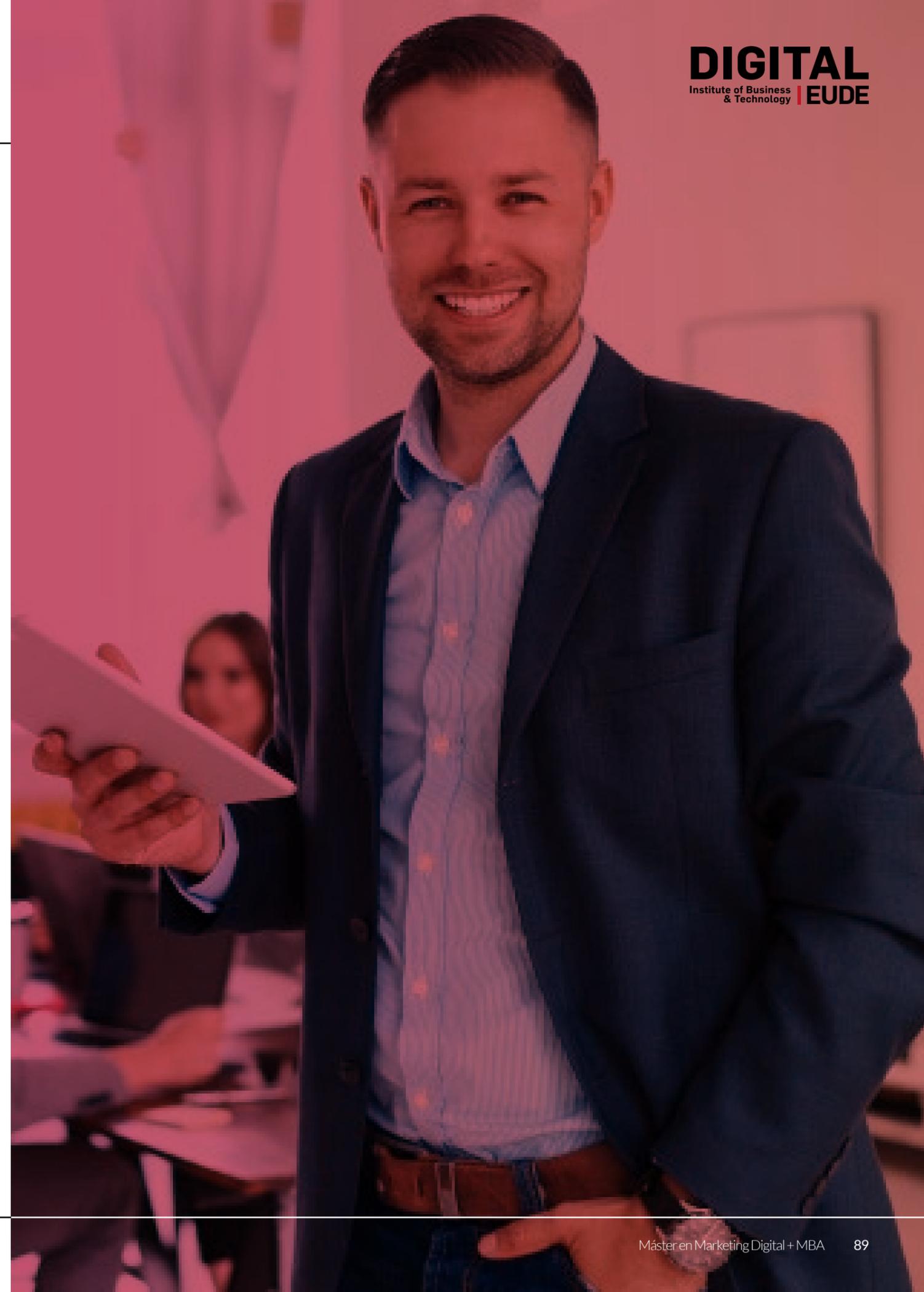
Licenciada Psicología Industrial. Master en Dirección y Organización de RRHH. Responsable de selección y formación en GMC Consultores durante 6 años. Responsable de selección, formación y desarrollo en Euromaster (Grupo Michelin). Directora de RRHH en Euromaster (Grupo Michelin). Socia Directora de la consultora Influencia Organizativa.



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).



Máster en Marketing Digital + MBA

#Partners

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.



Máster en Marketing Digital + MBA

#Talent

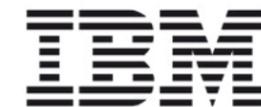
Digital EUDE es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral. En cada uno de los módulos que conforman el máster, se analizarán situaciones reales de empresas, apoyándonos en la metodología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



Jessica Jiménez

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”.



Máster en Marketing Digital + MBA

#Talks

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 learning 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 componen 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.

DIGITAL

Institute of Business
& Technology | **EUDE**

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