



Instituto
Europeo
de Postgrado



Universidad
Rey Juan Carlos

Master Online en Marketing y Ventas



Índice

| | |
|---|----|
| Carta del Director | 2 |
| Presentación de la escuela | 3 |
| Acreditaciones y Reconocimientos | 4 |
| Convenios Internacionales | 6 |
| Metodología | 7 |
| Claustro Docente | 9 |
| Asociación de Antiguos Alumnos | 13 |
| Empresas en las que trabajan nuestros alumnos | 14 |

MBA Especialidad Marketing Digital

| | |
|--------------------------------------|----|
| ¿Por qué elegir este Máster oficial? | 16 |
| Programa | 16 |
| Perfil del Alumno | 23 |
| Proceso de Admisión | 24 |

| | |
|------------------|----|
| Oferta formativa | 25 |
|------------------|----|

Carta del director

Adaptar nuestras agendas a rígidos horarios, o desplazarnos hasta unas instalaciones que con frecuencia se encuentran alejadas de nuestro lugar de trabajo, es cada vez más difícil para muchos profesionales, que sin embargo no quieren dejar de aprender, ni renunciar a una formación de la máxima calidad; ésta es la razón de ser del Instituto Europeo de Posgrado; **la Escuela de Negocios en Internet.**

Los avances en los medios de comunicación han permitido que la distancia entre ir a clase, o asistir a la misma a través del ordenador, haya desaparecido casi en su totalidad. La posibilidad del uso de vídeos explicativos que se pueden ver las veces que sea necesario; la impartición de clases en tiempo real que quedan grabadas si no se ha podido asistir; el uso de foros y chats para discutir casos prácticos, o la utilización de las redes sociales como forma de crear una comunidad de estudiantes, permite que los alumnos de los programas online puedan acceder a los mejores materiales, sin necesidad de desplazarse de sus lugares de trabajo o residencia.

Pero no todo es tecnología. Lo más importante del Instituto Europeo de Posgrado son las personas. Tutores Académicos que te acompañarán durante todo tu proceso formativo, para que no estés solo en ningún momento. Profesores expertos en sus materias, que resolverán todas tus dudas, y te proporcionarán los mejores materiales para tu aprendizaje. Y compañeros, con los que podrás interactuar y trabajar en grupo, para que tu experiencia sea lo más enriquecedora posible.

Durante el año 2013, más de 1.500 alumnos de 43 nacionalidades diferentes han cursado alguno de nuestros programas. A través de este folleto, queremos abrirte las puertas de nuestra escuela, para que nos conozcas, no sólo a través de nuestras palabras, sino de sus testimonios.

Recibe un cordial saludo, y espero poder darte la bienvenida en alguno de nuestros programas en próximas convocatorias.

Bienvenido a la formación a medida de tus necesidades.



Carlos Pérez Castro

Director del Instituto Europeo de Posgrado

Presentación de la Escuela

El Instituto Europeo de Posgrado es una innovadora Escuela de Negocios 100% online, que imparte MBA y programas Máster y formación a empresas.

El acuerdo entre el **Instituto Europeo de Posgrado** como líder de formación de posgrado online en español, y la **Universidad Rey Juan Carlos** de Madrid, permite obtener doble titulación de ambas instituciones en este programa.

El reconocimiento y el mérito de ambas instituciones ofrecen, a profesionales de todos los sectores, una formación de alto prestigio en España y a nivel internacional permitiendo adquirir las habilidades y competencias necesarias para el desarrollo profesional en diferentes ámbitos del entorno empresarial y el eficaz desempeño de responsabilidades directivas en una organización.

La Universidad Rey Juan Carlos se sitúa entre las mejores universidades de la Comunidad de Madrid. Ofrece una formación profesional, integral e internacional a sus alumnos, los cuales cuentan con una amplia oferta formativa e investigación internacional.



Instituto
Europeo
de Postgrado



Universidad
Rey Juan Carlos



1. Acreditaciones y Reconocimientos

El Instituto Europeo de Posgrado es miembro de las principales asociaciones educativas españolas e internacionales que acreditan la calidad de sus programas.

Su metodología, le ha permitido obtener la certificación de calidad en formación Qfor. Prestigiosas publicaciones económicas, recogen en sus listados a la Escuela, entre las mejores de ámbito nacional e internacional.



El Instituto Europeo de Posgrado es miembro fundador de la **Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN)** agrupación creada para proteger y fortalecer el valor de las escuelas privadas y especialmente de los masters profesionales como vía de acceso al mercado laboral y herramienta de crecimiento para las empresas.



El Instituto Europeo de Posgrado es miembro asociado de la **International Commission on Distance Education (ICDE)**, que nace en Ginebra (Suiza) en 1997, con el objetivo de promover y mejorar la educación a distancia y que desde 2003, dispone del Estatuto Consultivo, categoría especial, del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS. La organización controla la calidad de los cursos de aquellas instituciones que los someten voluntariamente a verificación. Está dirigida a todas las instituciones académicas que desarrollan educación a distancia en cualquiera de sus modalidades y niveles, así como a los alumnos que se interesan por esta nueva forma de educación.



Además la Escuela cuenta con el reconocimiento de la **acreditación de calidad Qfor** específica para servicios de formación. Los criterios en los que se basa dicha acreditación son la experiencia de alumnos anteriores y la conformidad de los procesos y recursos a su norma de calidad.



El Instituto Europeo de Posgrado es miembro de **CLADEA, Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración**, una de las redes más importantes de Escuelas de Negocios a nivel mundial.



Nuestra Institución cuenta también con la **certificación de EFPA España** para el Curso de Preparación de la Certificación EFA que garantiza que temario y claustro se adaptan a los requisitos exigidos a nivel europeo para el programa **European Financial Advisor**.



El Instituto Europeo de Posgrado está reconocido en el listado elaborado por el prestigioso diario **Financial Times** sobre los mejores MBA online de 2013.



El Instituto Europeo de Posgrado está presente desde 2011 entre las Escuelas de Negocios evaluadas por la prestigiosa revista norteamericana **Business Week** en la modalidad de programas a distancia. Sólo tres escuelas españolas aparecen en este listado, midiéndose con prestigiosos centros europeos y americanos.



“ Es muy recomendable esta formación. Es muy esquemática y hace muy sencilla la comprensión de conceptos que hasta ahora no sabía de qué se trataban. En poco tiempo adquieres conocimientos de asuntos de los que probablemente has oído hablar, pero nunca comprendías qué eran. Ahora me veo capacitada para tomar decisiones u opinar sobre asuntos que antes jamás me hubiera aventurado.”

Beatriz Díaz Rubia

2. Convenios Internacionales

Desde sus comienzos el Instituto Europeo de Posgrado adquirió un fuerte compromiso internacional al conseguir, gracias a su metodología 100% online, llegar a alumnos residentes en cualquier parte del mundo. Esto nos permite promover un **networking internacional** entre nuestros participantes, muy importante, tanto para el intercambio de conocimientos y formas de pensar, como para el establecimiento de posibles relaciones comerciales.

Fruto de esta vocación internacional, el Instituto Europeo de Posgrado ha firmado Convenios de Colaboración con numerosas instituciones académicas:

COLOMBIA

Universidad Piloto
 Universidad de Medellín (UDEM)
 Universidad Militar Nueva Granada (UMNG)
 Fundación Universitaria del Área Andina
 Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquía
 Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior (ICETEX)
 Dirección Nacional de Escuelas de la Policía Nacional de Colombia
 Cámara de Comercio Hispano – Colombiana

MÉXICO

Universidad Intercontinental (UIC)
 Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
 Universidad Da Vinci
 Universidad ICEL
 Instituto de Especialización para Ejecutivos (IEE)
 Fundación Beca
 Instituto de Financiamiento e Información para la Educación (EDUCAFIN)

PERÚ

Universidad Alas Peruanas
 Instituto de Formación Bancaria (IFB)
 Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE)
 Escuela de Comercio Exterior de ADEX (Asociación de Exportadores del Perú)
 Ministerio de Educación del Perú – OBEC (Oficina de Becas y Crédito Educativo)
 Instituto Peruano de Fomento Educativo (IPFE)

VENEZUELA

Educrédito

REPÚBLICA DOMINICANA

Fundación APEC de Crédito Educativo (FUNDAPEC)

GUATEMALA

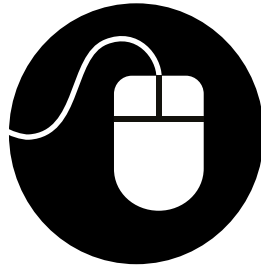
Universidad InterNaciones

BOLIVIA

Fundación para la Producción (FUNDAPRÓ)

3. Metodología

Nuestra metodología online incorpora las últimas novedades tecnológicas que permiten hacer del e-learning un aprendizaje sencillo, cómodo y eficaz.



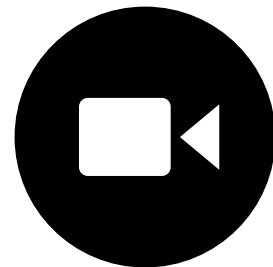
Con una innovadora plataforma online que permite la realización de **ejercicios interactivos** y la discusión de **casos prácticos** para desarrollar las habilidades de gestión y de análisis.



Con un avanzado **simulador empresarial** que recrea la realidad de una empresa y las consecuencias reales de las decisiones adoptadas para gestionarla.



Con **sesiones presenciales virtuales** que permiten intercambiar dudas y experiencias en tiempo real con los compañeros y con el docente.



Con **vídeos explicativos** de los profesores en cada módulo que te facilitarán el aprendizaje y te permitirán afianzar mejor los conceptos.

El método de trabajo consiste en una planificación semanal de las materias, con un profesor que se encarga de acompañar a los alumnos durante todo el módulo, resolviendo sus dudas y fomentando su participación en los foros. Todo ello apoyado con la utilización del “**método del caso**” para afianzar los conocimientos adquiridos y aplicarlos a la realidad empresarial.

Además, para garantizar el ritmo de aprendizaje de los alumnos un equipo de tutores realiza un **seguimiento personalizado** de los mismos, apoyándoles y motivándoles en todo momento. De esta manera obtenemos un alto nivel de satisfacción y de finalización de los participantes.



“ La metodología de estudio me parece la ideal para personas como yo, que estamos trabajando y no disponemos del tiempo suficiente para tener clases presenciales o llevar un ritmo de trabajo y estudio constante. Por otra parte, la involucración del personal de la Escuela y del profesorado ha sido y está siendo muy cercana al alumno, mostrando en todo momento un verdadero interés en la impartición de las clases y en el intento de mejorar y facilitar la comprensión de todos los conceptos por nuestra parte”

Lucía Vaquero Otero

4. Claustro Docente

Nuestro claustro de profesores está formado por profesionales en activo, expertos en su área de conocimiento y con probadas aptitudes pedagógicas.

Su dilatada experiencia (superior a diez años) permite dar a las clases un matiz muy práctico, que también se refleja en la documentación generada por ellos y actualizada de forma continua.

ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN



| | |
|------------|---------------------------------------|
| 29% | Finanzas y Banca |
| 22% | Dirección General y Comercio Exterior |
| 20% | Marketing y Ventas |
| 16% | Recursos Humanos |
| 13% | Logística y Procesos |

PROCEDENCIA POR TITULACIONES



| | |
|------------|---------------------------|
| 60% | Titulados Máster |
| 40% | Doctorándose o doctorados |

PROCEDENCIA POR GÉNERO



| | |
|------------|---------|
| 53% | Hombres |
| 47% | Mujeres |

Claustro Docente del MBA Especialidad Marketing Digital

JUAN DIEGO FERNANDEZ

Doctorado en Economía y Empresa. Programa de Investigación en Economía y Empresa por la Universidad Pontificia de Comillas Madrid ICADE. “Influencia de los sistemas de gestión de contratación y retribución sobre el rendimiento; Caso liga profesional de baloncesto americano”. Manager con 11 años de experiencia en el campo de los Recursos Humanos, donde ha trabajado en empresas como Sol Meliá y Applus Servicios Tecnológicos, entre otras. Consolidados conocimientos en áreas como formación y desarrollo, compensación & beneficios, sistemas de recursos humanos, relaciones laborales y prevención de riesgos laborales. Actualmente es Human Resources Manager en Hewlett Packard ES Iberia gestionando el área de recursos humanos de 4.500 empleados.

JOSÉ IGNACIO SUVIRI CARRASCO

Doctorando en Ciencias Económicas y Empresariales (Marketing) en ICADE - Universidad Pontificia Comillas. Máster MBA en Dirección y Administración de Empresas del Instituto de Estudios Bursátiles (IEB-Bolsa de Madrid-Universidad Complutense de Madrid). Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense. Ha trabajado como Directivo en el Sector Bancario. Director en Banesto y Banco Gallego; y en el Departamento de Marketing y Estudios del Grupo Santander en el Área de Publicidad e Identidad Corporativa. Actualmente se dedica a la investigación en áreas de Marketing, y es Socio-Director de Summum Formación, dedicada a la formación especializada y consultoría.

ESTHER CASTAÑO HUERTA

Licenciada en Ciencias de la Información (Periodismo) por el CEU San Pablo y diplomada en Ciencias Políticas y Sociología (Sociología) por la UNED. Posee el título de Máster en Gestión Comercial y Marketing por ESEM (Escuela Superior de Estudios de Marketing) y de Máster Ejecutivo en Recursos Humanos por ICADE (Universidad Pontificia de Comillas). En su experiencia profesional destacan las funciones realizadas en Colpisa y Cadena Cope como Redactora, en Comunicación Empresarial (Agencia de Comunicación) como Directora de Proyectos en el área high-tech, en ACH & Asociados (Agencia de Comunicación y Relaciones Públicas) como Supervisora de Cuentas y en Zardoya Otis (Otis Elevator Co.) como Directora de Comunicación del Sur de Europa y África. Actualmente es Directora de Comunicación Interna en Iberdrola. Cuenta con amplia experiencia como docente y como ponente de cursos, seminarios y foros organizados.

DANIEL JESÚS VÉLEZ PEREA

Licenciado en Comunicación Audiovisual y Publicidad y RRPP por la Universidad de Navarra. Máster en Internet Business (MIB) por el Instituto Superior para el desarrollo de Internet. Posee el Diploma en Gestión Empresas de Comunicación por la Universidad de Navarra. Ha trabajado como Planificador de Medios en la Agencia de Medios MEDIAEDGE Group. En Exclusivista Publicitaria de A3, ha sido Responsable del desarrollo de la Política Comercial de Disney Channel, Disney XD, Soluciones Especiales de A3 e Internet. De 2010 a 2012 ha sido Responsable de producto publicitario de AS.com y CincoDías.com. En la actualidad es Director de Medios Digitales de Prisa Brand Solutions (Exclusivista Publicitaria de Prisa).

FERNANDO RIVERO

Máster en Dirección de Marketing por ESADE. Estudió Empresariales, especialidad en Marketing por la Universidad Complutense (CESSJ Ramón Carande) y Marketing for e-commerce por la U.C. de Berkeley. Actualmente es Socio - Director de Marketing de la Tatum, consultoría comercial, de marketing y de personas; Consejero y miembro del Comité de Dirección de la Asociación de Marketing de España, y Director del Observatorio de la Blogosfera de Marketing. Cuenta con más de 15 años como consultor y formador especializado proyectos de aprovechamiento del canal internet, marketing, ventas, gestión de clientes. En el ámbito docente es profesor en CUNEF y en la Escuela de Organización Industrial (EOI). Imparte formación in company y es ponente habitual en diferentes foros, congresos y seminarios.

FÉLIX IGNACIO MARTÍ CARRERA

Licenciado en Ciencias Físicas, especialidad Física del Estado Solido, por la Universidad Euskal Herriko Unibertsitatea de Lejoa, Vizcaya. Posee el título de Máster en Ingeniería Eléctrica- Electrofísica y el Diploma de Plan de Desarrollo Directivo por la IE Business School Banco Santander. Ha trabajado como Asistente de Investigación en el Departamento de Física y Astronomía De la University of Southern California de Los Angeles, como Profesor de la asignatura de "Óptica" para estudiantes de 3º de Físicas en el Centro de Estudios Superiores Ikastek, como Consultor en Andersen Consulting y como Gerente Corporativo Internet en el grupo Santander. Actualmente, es Director Canal Internet, Móvil y Redes Sociales en Banco Santander España.

ANTONIO TENA BLÁZQUEZ

Doctorando en Marketing para la realización de la Tesis "Análisis de la fidelización de Clientes en el caso del uso de tarjeta Multisponsor" y Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Posee el título de licenciatura en Publicidad y Relaciones Publicas por la Universidad Complutense de Madrid. Cuenta con más de quince años de experiencia docente, tanto en universidades (ICADE, IIR, Universidad de Granada) como en escuelas de negocios (Instituto de Empresa, Madrid Marketing School. Actualmente es Socio Director en el Grupo Penta Soft.

CARLOS OLIVEIRA SÁNCHEZ-MOLINÍ

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales con Especialidad en Comercialización por la Universidad Complutense de Madrid. Posee el título de Master en Economía y Dirección de Empresas por IESE Universidad de Navarra. Cuenta con más de 10 años de experiencia en Johnson & Johnson donde ha desarrollado del 2009 al 2011 lasa funciones de Director de Ventas de la División de Mass Market. Actualmente, es Director de Ventas Iberia de Kellogg.

MARIBEL VÁZQUEZ CARRILLO

Diplomada Experto en Gestión Comercial y Marketing por la Universidad Autónoma de Madrid. Posee el título de Master en Dirección de Marketing por ESADE, Business School. Profesional en el área de marketing y comunicación con más de 14 años de experiencia. Desde el 1992 hasta el 2000 ha sido Responsable de Trade Marketing en Luxottica Group y actualmente es Directora de Marketing y Comunicación en el Grupo Primera Ópticos.

LUIS NOGALES ARTAMENDI

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia Comillas. Comenzó su carrera profesional en 1999 como Auditor en Pricewaterhousecoopers en el sector de Financial Services and Banking. En 2001 se incorporó a uno de sus principales clientes, Bankinter, para especializarse en el área de Análisis de Riesgos dentro del Departamento de Auditoría Interna. En el año 2004, se incorporó Kraft Foods España, como Sr. Financial Planning and Analysis Chocolate, dando soporte financiero a las marcas Milka, Toblerone, Cote Dór y Suchard. Dentro de Kraft fue desarrollando tareas de creciente responsabilidad hasta ser nombrado en 2008 FP&A Manager Iberia Food con marcas como Philadelphia, El Caserio, Royal, Saimaza y Tassimo. Desde 2011 es Responsable Financiero en Astrazeneca Farmaceutica España.

JAVIER ECHENIQUE

Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid. MBA por ESA-DE Business School. Técnico Superior en Riesgos Laborales por el Instituto Europeo de Salud y Bienestar Social. Experiencia de más de 12 años en el sector logístico, donde ha trabajado en empresas como Tibbett&Britten, Exel Logistics y DHL. Dentro de su trayectoria profesional en estas empresas ha ocupado distintos puestos de responsabilidad en las áreas de Operaciones, Ingeniería y Desarrollo, trabajando para clientes como Carrefour, Unilever, L'Oreal o Alcan entre otros. Actualmente es Director de RRHH en ID Logistics, multinacional francesa especializada en operaciones logísticas dedicadas que abarcan toda la cadena de suministro.

ENRIQUE DE DIEGO

Ingeniero en Informática e Ingeniero en Organización Industrial por la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI). Entre otras empresas, ha trabajado en British Telecom y Procter & Gamble, así como en el International Centre for Competitiveness del IESE Business School, donde colaboró con instituciones como el World Economic Forum y adquirió una amplia experiencia en el método del caso. Actualmente trabaja en British Telecom, en el Departamento de Estrategia Corporativa para Europa, Oriente Próximo y África. Tiene en proceso de publicación un artículo sobre la competitividad de los países africanos en el African Journal of Business Management.

JULIO GARCÍA BECERRA

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Barcelona. Máster en Dirección de Marketing y Máster en Dirección Comercial por la Universidad Camilo José Cela. Emprendedor, apoya proyectos a crecer desde la idea inicial. Conceptualiza, materializa y monta KPI's, siempre enfocados a la venta. Mentalizado en el Customer Development como la base de una Startup. Divide sus dos mitades profesionales en Off y On. En el Off, 12 años como Director de producción y Logística en Garfegraf, empresa líder en el sector de las Artes Gráficas. Y en el On, 3 años como Business Developer en Orymu, abriendo la organización al e-commerce. En sus andaduras como emprendedor ha enfocado sus modelos, en conceptos m-Commerce. 2 años como CEO & Founder en Livralia. En la actualidad es CEO y cofundador de Pickbe. Además colabora con diferentes escuelas de negocios como docente.

5. Asociación de Antiguos Alumnos

El Instituto Europeo de Posgrado ha puesto en marcha la Asociación de Antiguos Alumnos con el fin de mantener los vínculos creados con los alumnos tras su paso por la Escuela.

Con ella el Instituto Europeo de Posgrado quiere contribuir a la proyección profesional de sus alumnos y a promover el networking a través de espacios virtuales y de colaboración.

- Recibirán información actualizada sobre la Escuela y sobre temas de actualidad empresarial.
- Se beneficiarán de descuentos en nuestros programas, para ellos o sus familiares.
- Podrán tener acceso a clases de actualización de conocimientos.



“ En mi vida profesional, el Máster me ha permitido conocer conceptos y estrategias novedosas aplicables a mi puesto de trabajo actual. Pero, por encima de todo, destacaría el trato personalizado que recibe el alumnado. Creo que poder mantener la relación con la Escuela y los compañeros me aporta un valor añadido profesional y personal”

Vicente Verdú, *Director comercial de Cosesa*

6. Empresas en las que trabajan nuestros alumnos

Alumnos de las principales Multinacionales y de más de 37 nacionalidades diferentes, han pasado por nuestras aulas virtuales, que permiten adaptar el aprendizaje al desempeño de cualquier actividad profesional.

| | |
|---|----------------------------------|
| Accenture | Gas Natural S.A. |
| Acciona Infraestructuras I+D+i | GE Oil & Gas ESP - Venezuela |
| Banco Agrario de Colombia | Goodyear Dunlop Europe |
| Banco de Bogotá | Hewlett-Packard |
| Banco de Crédito del Perú | IBM |
| Banco de Venezuela | Indra |
| Bancolombia | Inter American Development Bank |
| Banesto | Intermon Oxfam |
| BankinterBaxter | Kellogg España S.L. |
| Healthcare | Kraft Foods |
| BBVA | La Caixa |
| Brenntag Ecuador | Leroy Merlin |
| Bristol-Myers Squibb | Lubricantes BP |
| Caja España | MERCK |
| Bankia | Nestlé Ecuador |
| Caja Mar | Nokia Mobile Phones |
| Caja Vital | Oracle |
| Canon | Pacific Rubiales Energy |
| Consejería Empleo y Mujer (Comunidad de Madrid) | Petroamazonas Ecuador S.A |
| Deloitte | Petroecuador |
| Deutsche Bank | Siemens |
| Ericsson | The Nielsen Company |
| Eurostars Hotels | Toyota |
| France Telecom Spain | Universidad de La Salle |
| | Universidad Nacional de Colombia |






ERICSSON 

 france telecom

ORACLE

 "la Caixa"

kraft foods 
Make today delicious

 MERCK

SIEMENS

 TOYOTA

 Indra

 Intermón
Oxfam

NOKIA

Canon



IBM

abante) (

ABENGOA

7. ¿Por qué elegir este Máster Oficial?

- ✓ Porque te permitirá especializarte en un ámbito de extraordinario potencial futuro que te facilitará una importante proyección profesional, profundizando en las últimas herramientas de marketing online y en sus implicaciones comerciales.
- ✓ Porque te facilitará los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para generar propuestas y soluciones innovadoras y competitivas ante los nuevos retos que la era digital demanda a las empresas.
- ✓ Porque podrás desarrollar tus habilidades de gestión y dirección de proyectos y equipos, con el fin de aportar valor a la empresa.
- ✓ El título emitido por Instituto Europeo de Posgrado y Umecit, es un título oficial con Número de Registro ECTF -38-2013 que puedes homologar si así lo deseas.

8. Programa

Comunicación Estratégica

1. Comunicación Estratégica

- Comunicación estratégica y orientación al cliente
- La organización interna para una comunicación estratégica

2. El Plan de Comunicación

- Plan de comunicación
- El presupuesto del plan de comunicación
- El plan de comunicación en la práctica: Haagen Dazs

3. Gestión de la Publicidad (I): La Elección de la Agencia

- La elección de la agencia
- El sistema publicitario
- El mercado de agencias de comunicación

4. Gestión de la Publicidad (II): El Briefing y la Propuesta Creativa

- El briefing
- Evaluación de la propuesta creativa

5. Gestión de la Publicidad (III): Evaluación del Plan de Medios

- El plan de medios
- Selección de medios y soportes
- Agentes y métricas en medios

6. Las Herramientas BTL en la Comunicación Estratégica

- Las herramientas BTL en la comunicación estratégica
- Patrocinio y otras herramientas no convencionales

7. Marketing Directo como Herramienta BTL

- Marketing directo
- Marketing directo online

8. Comunicación Corporativa: Las Relaciones Externas e Internas

- Marketing directo
- Una creatividad específica ¿se puede hablar de creatividad en telemarketing?
- Marketing Directo: el poder de internet

Marketing Estratégico

1. Conceptualización del Marketing Estratégico

- Estrategia y marketing en la empresa. La orientación al cliente

2. La Segmentación de Mercados: ¿Quién es nuestro Público Objetivo?

- Concepto, utilidad y proceso de la segmentación de mercados

3. Análisis del Entorno y su Influencia en la Empresa

- Análisis y elementos del entorno del marketing
- Cómo elaborar el análisis DAFO

4. Factores de Influencia en el Comportamiento del Consumidor

- Factores de influencia en el comportamiento del consumidor

5. Comportamiento del Consumidor (II): El Proceso de Decisión de Compra

- El Proceso de decisión de compra

6. Posicionamiento (I): Nuestro Lugar en la Mente del Consumidor

- Concepto, elementos, estrategias, estadios y mapas de posicionamiento

7. Posicionamiento (II): Imagen y Reputación Corporativa

- Imagen y reputación corporativa

Plan de Marketing

1. Control y Seguimiento de la Estrategia

- Procedimiento de control en el plan de marketing
- El marketing Audit

2. El Análisis de Situación

- Análisis del entorno
- Análisis del mercado
- Análisis de la competencia
- Análisis interno de la empresa

3. Evaluación e Implementación de la Estrategia

- Elementos de evaluación de la estrategia
- Organización de la sistemática comercial

4. Fundamentos de la Planificación Estratégica del Marketing

- Decisiones estratégicas y plan de marketing
- La utilidad del plan de marketing

5. Gestión y Herramientas de Apoyo a las Decisiones Estratégicas

- Herramientas de apoyo y modelización de las decisiones estratégicas
- La definición de objetivos

6. La Definición de Objetivos y el Desarrollo de Acciones Estratégicas de Marketing

- Desarrollo y estrategias de marketing según los elementos del mix del marketing

Finanzas para la Toma de Decisiones Comerciales

1. El Balance

- El Balance
- Las partidas en el Balance
- La Cuenta de Resultados

2. Ratios Financieros y el Coste del Pasivo

- Los ratios financieros
- El diagnóstico financiero
- El coste del Pasivo
- Caso práctico Nesi S.A.

3. Crecimiento

- Los peligros del crecimiento y su solución
- Previsiones con crecimiento sostenible

4. Flujos Financieros

- Los distintos flujos de caja

5. Decisiones de Precio

- Costes completos y margen de contribución
- Decisiones de precio

6. Presupuestación

- El presupuesto como herramienta útil de gestión
 - La realización de un presupuesto: el presupuesto maestro
-

Dirección Eficaz de Personas

1. La Función de RRHH en la Empresa

- Dirección de personas como área estratégica
- Competencias esenciales en la dirección de personas
- El funcionamiento de las organizaciones

2. Claves para Desarrollar Personas

- La motivación: concepto y tipos de motivación
- Liderazgo: perfiles del líder

3. Procesos que Abarca la Función de Dirección de Personas (I)

- Definición de puestos de trabajo y proceso de selección
- Formación y desarrollo
- Sistemas de evaluación

4. Procesos que Abarca la Función de Dirección de Personas (II)

- Sistemas de retribución
- Relaciones laborales

5. Ética y Eficiencia Empresarial

- Responsabilidad social corporativa de la empresa
- La ética en el directivo: códigos éticos
- Persuasión vs manipulación

6. Gestión de Carrera Profesional

- Gestión de la carrera profesional I
- Gestión de la carrera profesional II

Logística y Distribución

1. Análisis de un Proceso ¿Qué y Cómo lo Hacemos?

- La importancia de no frustrar expectativas
- El diagrama de procesos

2. La Fiabilidad del Proceso: Una Exigencia Absoluta

- La planificación de la calidad
- Control estadístico de procesos

3. La Gestión Eficaz de las Existencias

- El lote económico
- Cómo procesar lotes pequeños a bajo coste

4. La Perspectiva del Cliente ¿Qué Oportunidades/Retos Incorpora?

- Las características del servicio: centrarse en para quién soy útil
- La calidad percibida. ¿Qué valora el cliente?
- El Trade-Off flexibilidad - estandarización

5. Optimización en los Procesos

- El tiempo en los procesos: ¿cómo gestionarlo?
 - El coste de los procesos: ¿cómo optimizar el uso de los recursos?
-

Orientación al Cliente: CRM

1. Del Marketing Transaccional al Marketing Relacional

- Del marketing transaccional al marketing relacional
- Óptica cliente: El cliente como centro de negocio

2. Errores Comunes en la Implementación del CRM

- Errores comunes en la implementación del CRM
- Cuestiones y consejos para la implementación de un CRM

3. Fases del Marketing Relacional

- La captación del cliente: atraer y vender
- La vinculación del cliente: satisfacer y fidelizar
- La rentabilidad de fidelizar

4. Fundamentos de una Estrategia Relacional

- La estrategia relacional
- Elementos y factores de la estrategia relacional

5. Herramientas y Modelos del Marketing

- La arquitectura CRM
- Otros modelos de gestión relacional: el Loyalty Management Model (LMM)

6. Soluciones y Herramientas Informáticas CRM

- Consideraciones previas la compra de una solución CRM
 - Principales soluciones CRM del mercado
-

Dirección Estratégica: Búsqueda de la Excelencia Competitiva

1. Un Marco para el Análisis de la Estrategia

- ¿Qué es la estrategia?: proceso de planificación estratégica

2. Análisis del Entorno Competitivo

- Análisis del entorno, interno y de la competencia. Diamante de Porter

3. Análisis Interno de la Empresa

- Estrategias competitivas y corporativas

4. La Formulación de la Estrategia a Nivel de Negocio

- La estrategia del Océano Azul

5. La Formulación de la Estrategia a Nivel Corporativo

- Análisis de las opciones. Estrategias ofensivas-defensivas

6. La Implantación y Evaluación de la Estrategia

- Medir para mejorar
 - Visión holística de todo el proceso
-

Marketing Online

1. Estrategias del Mix del Marketing Online: de Distribución y de Comunicación

- Estrategia de distribución y venta en marketing online
- La comunicación en el marketing online

2. Estrategias del Mix del Marketing Online: de Producto y Precio

- Estrategias de producto en marketing online
- Estrategias de precios en marketing online

3. La Publicidad Online: Una Ventana Abierta al Mundo

- La publicidad online

4. Marketing Online: Definición de Objetivos y Planificación

- Marketing online: definición de objetivos en marketing online
- La planificación del marketing online

5. Marketing Online: Segmentación y Análisis de la Competencia

- Segmentación y análisis de la competencia en el marketing online

6. Marketing y Estrategia en Internet

- Características estratégicas, utilidades y oportunidades de internet
 - El mix estratégico en internet
-

Community Management: Social Media Strategy

1. Bases de los Social Media y de la Web 3.0

- La evolución de la web 2.0
- Bases de los social media y de la web 3.0

2. Community Management: Figura y Funciones del Community Manager

- La figura del community manager
- Las funciones del community manager

3. Herramientas del Community Manager I: SEO y SMO

- SEO: La importancia del posicionamiento natural en buscadores
- SMO: social media optimization

4. Herramientas del Community Manager II: Análítica Web y Control de Resultados

- Análítica web
- ROI (return on investment) y control de resultado.

5. Social Media I: Principales Redes Sociales

- El gigante Facebook
- La simplicidad de Twitter

6. Social Media II: Networking y Otras Redes Sociales

- LinkedIn: networking en la red
 - Otras plataformas y herramientas Social Media
-

Marketing en la Red 2.0

1. El Banner: Publicidad Clásica aplicada a los Medios Digitales

- El Banner: La publicidad clásica pero en Internet

2. El Correo Electrónico: Mail Marketing y Marketing Viral

- Mailing y marketing viral

3. El Desarrollo de Sitios Web

- Desarrollo y optimización de sitios web

4. La Revolución Digital y sus Bases

- La revolución digital y sus bases
- La revolución de internet y la geografía de la innovación

5. Mobile Marketing

- Medios digitales de bolsillo: el mobile marketing

6. Social Media y el Networking Digital

- Los social media: cómo las redes sociales han cambiado las comunicaciones
-

E-Commerce

1. Introducción al E-Commerce y Particularidades del Canal

- Introducción al e-commerce
- Diferencias entre el negocio tradicional y el electrónico

2. Modelos de Negocio en E-Commerce

- Modelos B2C
- Modelos B2B

3. Puesta en marcha de la Tienda Online

- Soluciones tecnológicas
- Aspectos legales básicos

4. Logística y Operaciones

- Logística e-commerce
- Operaciones en la tienda online

5. El Proceso de Venta Online

- Proceso del e-commerce
- Medios de pago en el e-commerce

6. Promoción de la Tienda Online y Adaptación a los Nuevos Comportamientos de los Consumidores

- Promoción de la tienda online
- Análisis de resultados

Emprendimiento y Business Plan

1. Idea y Modelo de Negocio

- Idea y modelo de negocio

2. El Plan de Negocio

- El plan de negocio

3. Planteamiento para Inversores

- Planteamiento para inversores

4. Modelo Económico

- Modelo económico

5. Valoración de Startups

- Valoración de startups

6. Negociación de las Acciones

- Negociación de las acciones

PROYECTO FIN DE PROGRAMA:



“ El MBA me ha aportado una visión más global de más empresa y capacidad de síntesis; ahora me encuentro mejor preparado para afrontar la crisis económica actual y sin duda repetiría la experiencia de cursar un máster online.”

Antonio Luis Higueros,
Delegado de Córdoba en Suraval

9. Perfil del Alumno

El programa está dirigido a profesionales españoles o extranjeros, titulados universitarios, o con experiencia profesional equivalente.

En los últimos años el perfil de la promoción responde a los siguientes parámetros:

PROCEDENCIA POR EDAD



- 20%** de 25 a 30 años
- 39%** de 30 a 35 años
- 26%** de 35 a 45 años
- 15%** más de 45 años

Edad media: **37 años**

PROCEDENCIA POR PREGRADOS



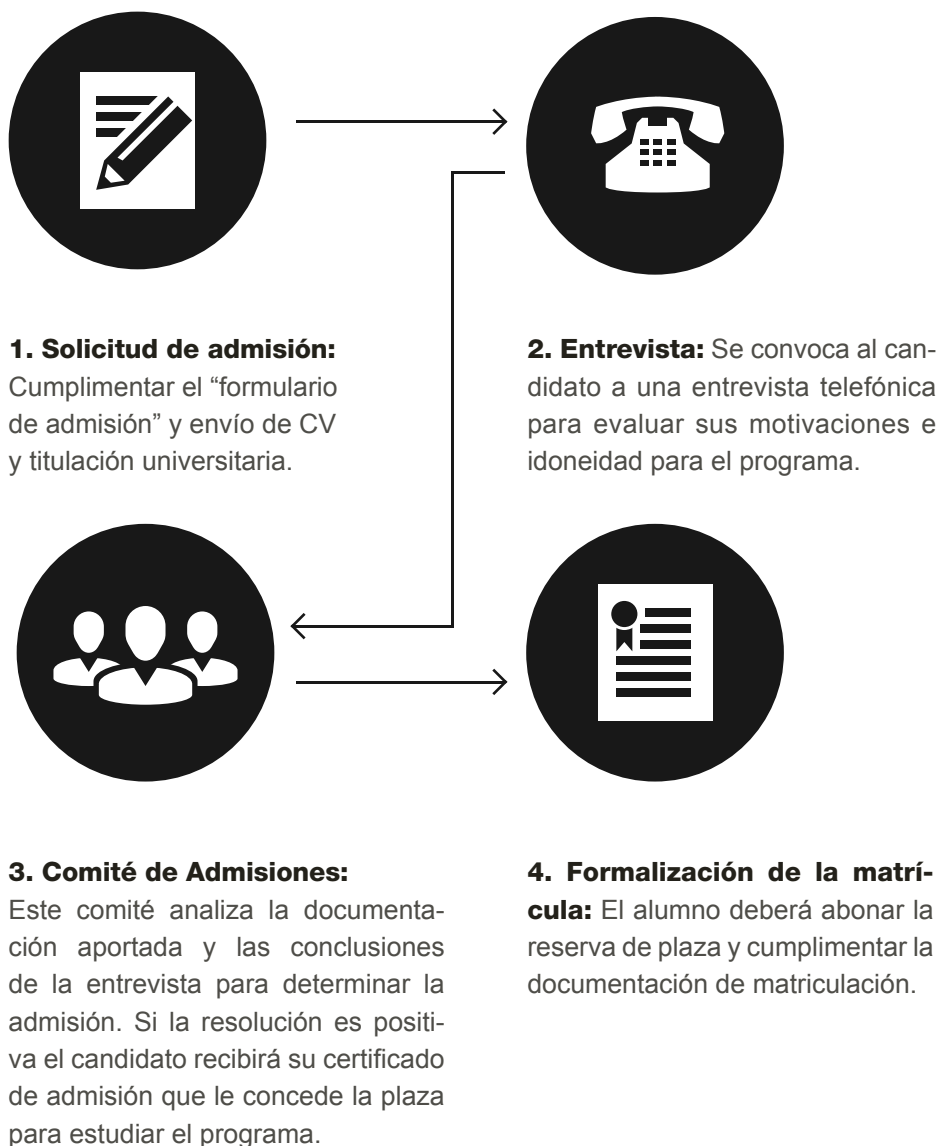
- 38%** Ingenieros
- 17%** Administración y Dirección de Empresas
- 12%** Económicas
- 12%** Marketing
- 5%** Derecho
- 18%** Otras titulaciones

PROCEDENCIA POR PAÍSES



- 32%** España
- 24%** Colombia
- 10%** Ecuador
- 9%** México
- 7%** Venezuela

10. Proceso de Admisión



Programa de Becas y Ayudas

El Instituto Europeo de Posgrado cuenta con un programa de becas que puede llegar a cubrir hasta el **35% del coste de la matrícula**. En cada convocatoria se ofertan un número limitado de becas concedidas en base a la situación personal, profesional y económica de los candidatos. Para su adjudicación, se sigue un riguroso orden de solicitud.

Financiación

Existen también condiciones especiales de financiación con el fin de facilitar a los alumnos el pago del curso, que consisten en ofrecer la posibilidad de dividir el importe en tantas cuotas mensuales como meses abarca el programa.

11. Oferta formativa

MBA Online

Especialidad Sistemas Integrados de Gestión (HSEQ)
Especialidad Seguridad y Salud en el Trabajo
Especialidad Project Management
Especialidad Dirección General
Especialidad Finanzas
Especialidad Marketing y Ventas
Especialidad Marketing Digital

Master Online

Seguridad y Salud en el Trabajo
Project Management
Dirección de Empresas
Dirección Financiera
Asesoramiento Financiero
Dirección de Marketing y Ventas
Dirección de Marketing Digital
Bolsa y Mercados Financieros
International Business

Especializaciones

Especialización en Dirección de Empresas
Especialización en Negocios Internacionales
Especialización en Dirección Financiera

Executive Education

Curso preparatorio Certificación EFA