EXECUTIVE MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION [EMBA]

ESIC Business & Marketing School

ASSOCIATION OF MBAS ACCREDITED

CLUB de MARKETING de NAVARRA

+55 años

formando profesionales globales en marketing, management y tecnología

Fundada en 1965 con la misión de formar profesionales que den respuesta a las necesidades cambiantes de la Empresa y la Sociedad desde un punto de vista ético. Nuestra alta vinculación con el entorno empresarial nos ha facilitado enlazar docencia y realidad empresarial, dotando a todos los programas de la flexibilidad que permite al alumnado salir de nuestras aulas realmente capacitado para enfrentarse a los retos actuales de organizaciones modernas con posibilidades reales de éxito, siendo además motores de cambio en las mismas.

Son más de cinco décadas en las que hemos generado programas innovadores impartidos por un profesorado cualificado de excelente perfil académico, probada experiencia docente y reconocida trayectoria profesional. Además, promovemos un elevado número de actividades donde contamos con la presencia de relevantes miembros de la empresa: conferencias, foros, masterclass, practice days, etc.

+62.000 Antiguos alumnos

11 Campus en España y alianzas estratégicas en 5 continentes

Acuerdos con +125 universidades

Primeras posiciones en rankings empresariales

La calidad de nuestros programas está avalada por acreditaciones y certificaciones nacionales e internacionales:

Rankings y Reconocimientos

[Posicionados entre los mejores]

Importantes medios de comunicación nacionales e internacionales, así como otras instituciones de prestigio, han reconocido la calidad de los programas de ESIC, premiando su liderazgo y situándolo en las primeras posiciones de múltiples rankings.

Forbes

1	1	1	1
España Nuevos graduados y jóvenes profesionales	España Directivos de alto nivel	España MBA	España Programas Executive

EL MUNDO

1	1	3	4
España Marketing	España Comercio Exterior	España Recursos Humanos	España Comunicación Corporativa

Bloomberg Businessweek

23
Europa Escuela de Negocios

QS

12	34	34	34	50
Europa Logística	Europa Executive MBA	Europa Business Analytics	Europa Marketing	Europa Management

51	64	51
Europa MBA	Europa Finanzas	Global MBA especialidad en Marketing

Poets & Quants

40
Global Escuela de Negocios

The Economist

87
Global Escuela de Negocios

América economía

5	19
Global Mayor selección de programas en áreas de Marketing, Tecnología y Ventas	Global Escuela de Negocios

youth incorporated

37	41	47	49	85
Global Executive MBA	Global Management	Global Marketing	Global Finanzas	Global Escuela de Negocios

THE WORLD UNIVERSITY RANKINGS

4	24
Global Finanzas	Global MBA

EXPANSIÓN

30	41
Global Escuela de Negocios	Global Executive MBA

FSO RANKING

1	5
Ibero América Marketing Digital Online	Ibero América Centro de Formación Online

elEconomista

5
Ibero América Innovación Digital

merco

2	2	2	57
España Empresa con mayor reputación en el Sector Formación	España Universidad y Escuela de Negocios con mayor capacidad para atraer y retener talento	España Universidad y Escuela de Negocios en Responsabilidad y Gobierno Corporativo	España Eduardo Gómez Martín, Director General de ESIC, Líder de empresa

■ Institucional ■ Escuela de Negocios

EXECUTIVE MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION [EMBA]

PROPÓSITO DEL MÁSTER

EMBA es un programa diseñado para dotar al profesional con amplia experiencia de un importante conocimiento de las diferentes áreas funcionales de una organización, adquiriendo una visión estratégica, conocimiento de las técnicas y herramientas para desarrollar la capacidad de análisis de negocio, así como el desarrollo de competencias y habilidades profesionales y directivas para liderar, tomar decisiones complejas de manera ética y ser plenamente consciente de sus resultados en los diferentes ámbitos de una empresa, desde la estrategia, las finanzas y el marketing hasta la innovación, las operaciones y el desarrollo internacional, en un contexto caracterizado por su constante evolución y cada vez más digital, global y competitivo.

Así, los profesionales senior de este programa serán capaces de abordar nuevos y diferentes retos directivos, asumir puestos de mayor responsabilidad o redefinir su desarrollo profesional, diseñando la estrategia general de la compañía, e incluso, siendo capaces de formular el plan operativo para dar cumplimiento a los objetivos de negocio.

El programa consta de 68 créditos distribuidos de la siguiente manera: 48 créditos de asignaturas Obligatorias, 10 créditos de asignaturas Elegibles y 10 créditos de Trabajo Fin de Máster (TFM).

DIRIGIDO A

Directivos, mandos intermedios, empresarios y emprendedores, con experiencia profesional, que buscan reposicionarse más allá de su actual especialización técnica o funcional, y/o acelerar su carrera dentro o fuera de la empresa, desarrollando sus competencias y habilidades de gestión y potenciando sus perspectivas globales.

PERFIL DE SALIDA

Un programa **EMBA** es generalista, y por tanto abarca una multitud de posiciones difíciles de referenciar. En todo caso, y desde el punto de vista organizativo, el egresado puede desempeñar puestos de:

> Dirección general.
> Dirección departamental.
> Dirección de unidad de negocio.
> Dirección de empresa familiar.
> Dirección o gerencia de PYME o socio fundador.
> Promotor de actividades emprendedoras.

COMPETENCIAS PERSONALES

> Entender y perfeccionar los métodos y conceptos clave sobre las distintas disciplinas relacionadas con la empresa así como su aplicación en la práctica.
> Desenvolverse de manera eficaz en un entorno empresarial y contextos diversos.
> Dotar decisiones y actividades empresariales de valores humanos y éticos.

¿POR QUÉ EMBA?

OBJETIVOS:

Criticar conceptos y herramientas clave en el ámbito de los negocios que les permitan diseñar estrategias que proporcionen ventajas competitivas diferenciales y generadoras de valor para la organización, a través de la innovación y la transformación digital.

Formular y liderar la estrategia y objetivos de la empresa, así como coordinar la ejecución del plan estratégico de las diferentes áreas funcionales de la empresa, plenamente integrado en su estrategia y objetivos globales y orientado a la generación de una ventaja competitiva sostenida y sostenible.

Desarrollar una visión holística sobre las empresas y sus procesos de creación de valor, mientras se potencia su espíritu emprendedor.

Resolver situaciones complejas de forma creativa en cualquier negocio en entornos altamente internacionalizados y disruptivos.

Fomentar un pensamiento positivo y crítico basado en la inquietud permanente, la imaginación, la curiosidad intelectual, la sensibilidad con el entorno y la actitud colaborativa.

Tomar decisiones y actuar de forma ética aplicando altos estándares de respeto por los valores humanos, la diversidad cultural y la sostenibilidad.

FACTORES DIFERENCIALES:

Proporciona una visión global y estratégica de la empresa, resaltando a su vez el ámbito internacional.

Acceso a herramientas con las que desarrollarán habilidades para la mejora en las capacidades de toma de decisiones, dirección de personas y perspectiva estratégica.

Un claustro de profesores que compaginan un alto rigor académico con una gran experiencia profesional, nacional e internacional, en dirección de negocios que, realmente, los convierte en coaches-formadores para ayudar a los alumnos a entender e interpretar el conocimiento como elemento de desarrollo de decisiones empresariales.

Acreditado por AMBA.
Solo el 2% de las escuelas del mundo tienen su MBA acreditado.

Entre los mejores 100 EMBAS del Mundo (Ranking QS) y Top 50 EMBA (Ranking Youth Incorporated).

TRANSFORMATIVE LEARNING

Bienvenidos a la metodología educativa inspirada en el mundo real.

Una metodología propia de ESIC que persigue tu desarrollo profesional y personal y que te garantiza la misma experiencia y excelencia académica dentro del doble escenario, físico y digital, en el que puedes moverte. Aprendizaje mixto y flexible en un permanente training.

METODOLOGÍA

Transformative Learning by ESIC es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interactuación constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?

- Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.
- Sesiones online síncronas
- Autoevaluación
- Aplicación de casos de estudios y retos
- Apoyo tutorizado y feedback
- Actividades prácticas y experienciales
- Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales
- Proyecto final tutelado

ESTRUCTURA ACADÉMICA

El EMBA es un máster de 68 créditos, para cuyo desarrollo es necesario abordar:

1 ASIGNATURAS DE MANAGEMENT

- Innovación en un mundo de disrupción
- Pensamiento crítico y el arte de la toma de decisiones
- Liderazgo consciente
- Comunicación persuasiva
- La empresa como ciudadano global y ético
- Estrategia empresarial en entornos globales

2 ASIGNATURAS DE ESPECIALIZACIÓN

Asignaturas de categoría

- Modelos y sistemas económicos
- Análisis financiero y valor para stakeholder. The triple bottom line
- Cultura y modelos organizativos

Asignaturas específicas

- Finanzas corporativas
- Innovación en modelos de negocio
- Marketing estratégico
- Marketing operativo
- Dirección de equipos comerciales
- Nuevas tecnologías y sistemas de información
- Metamorfosis digital
- La entrega de valor online / offline
- Dirección y gestión del talento
- Innovación corporativa, intraemprendimiento y emprendimiento
- Crecimiento y generación de valor en mercados internacionales

3 ASIGNATURAS ELEGIBLES

Asignaturas y actividades formativas que complementan la experiencia curricular del estudiante:

Cursos, Study tours internacionales, experiencias empresariales, asignaturas avanzadas en herramientas de gestión para preparación de certificaciones, etc.

4 TRABAJO FIN DE MÁSTER

El trabajo es un **proyecto empresarial real** que supone un desafío en el que el estudiante de manera transversal, debe demostrar que se han cumplido los objetivos de aprendizaje y desarrollado todas las competencias adquiridas durante el programa.

68 Créditos Totales

*Información sujeta a cambios.

1 ASIGNATURAS DE MANAGEMENT

INNOVACIÓN EN UN MUNDO DE DISRUPCIÓN

Esta asignatura pondrá su foco en cómo generar y alentar oportunidades de negocio pensando de manera diferente a los planteamientos actuales de los negocios. El módulo pondrá la innovación en el centro de la creación de valor de las compañías dentro del entorno disruptivo y de aceleración exponencial actual.

PENSAMIENTO CRÍTICO Y EL ARTE DE LA TOMA DE DECISIONES

Ayudar al estudiante a diferenciar entre síntomas de problemas y los propios problemas para poder identificar aquellas decisiones que tengan un mayor impacto en el negocio, minimizando el esfuerzo y coste organizativo, de tiempo y financiero. Asimismo, dotar de las herramientas de análisis necesarias para poder cuantificar dichos problemas diferenciando aquellos que son de negocio/de dinero de los que son problemas personales/organizativos. Parte integral del módulo consistirá en desarrollar las habilidades técnicas que permitan la toma de decisiones en la ausencia tiene información perfecta.

LIDERAZGO CONSCIENTE

El entorno y organizaciones actuales requiere de un liderazgo adaptativo que considere no solo los aspectos externos sino el perfil personal del directivo. Dentro de ellos, las habilidades de comunicación y escucha (feedback) son cada vez más importantes en entornos plurales, multiculturales y globalizados. Durante esta asignatura los estudiantes aprenderán a conocer su estilo de liderazgo y cómo ejercerlo en entornos diferentes. Así mismo deberán conocer y usar los elementos y estructuras fundamentales para construir mensajes claros e irresistibles que les permita aproximarse a la comunicación con más confianza y saber gestionar de manera efectiva situaciones de duda, preguntas o confrontación.

COMUNICACIÓN PERSUASIVA

El contexto actual modifica la forma de comunicarnos y de interactuar, la diversidad de personas a las que nos dirigimos, como los medios a usar para transmitir los mensajes, compartir, influir y conseguir nuestro propósito, ponen de manifiesto la importancia de tomar conciencia de nuestro estilo e impacto de comunicación, siendo clave el conocer las herramientas y metodologías que nos hagan más flexibles para adaptarnos a cualquier situación e interlocutores sin perder impacto.

LA EMPRESA COMO CIUDADANO GLOBAL Y ÉTICO

El propósito de esta asignatura es desarrollar las competencias y conocimientos necesarios para que nuestros alumnos tomen decisiones empresariales y actúen de forma ética y responsable con la sociedad, el medio ambiente, la persona y los diferentes stakeholders en un entorno global y multicultural aplicando altos estándares de respeto por los valores humanos y la diversidad cultural. Además, se desarrollarán competencias y conocimientos para poder medir el impacto económico de las mismas, tanto si se toman como si no se toman.

ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN ENTORNOS GLOBALES

El propósito de esta asignatura es iniciar el desarrollo del pensamiento estratégico de la empresa, cuáles son sus elementos fundamentales y de los elementos necesarios para entender el entorno actual y el venidero.

2 ASIGNATURAS DE ESPECIALIZACIÓN

Asignaturas de categoría

MODELOS Y SISTEMAS ECONÓMICOS

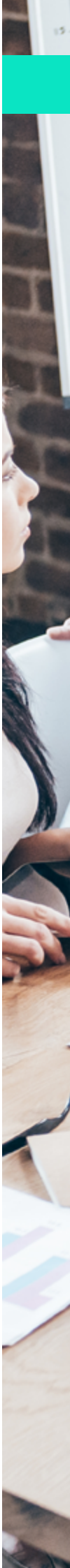
Esta asignatura tiene como principal objetivo brindar una visión integrada de la Macroeconomía y la Microeconomía a través de un modelo que analiza el comercio internacional y los mercados externos. Otro objetivo de esta asignatura es proporcionar a los estudiantes las habilidades de aprendizaje adecuadas para analizar nuevos modelos económicos. El modelo económico tradicional macro-micro ha cambiado a una escala importante debido a dos factores importantes. Por un lado, la cuarta revolución industrial asociada a la digitalización, la robótica y la inteligencia artificial ha provocado un cambio significativo en el funcionamiento de los mercados y la economía. Por otro lado, otros elementos como el calentamiento global, la caída de las energías fósiles para incentivar nuevas energías limpias y el envejecimiento de la población, provocarán nuevos cambios en la economía, que, en consecuencia, conllevarán nuevas políticas monetarias.

ANÁLISIS FINANCIERO Y VALOR PARA STAKEHOLDER. THE TRIPLE BOTTOM LINE

Entender cómo se financian los activos/ las empresas y las distintas formas y estrategias de inversión para mantener su crecimiento. También se analizarán de manera crítica los elementos financieros clave que crean valor o que representan un riesgo en la compañía tanto a nivel local como internacional. Los elementos de fintech que están delineando el entorno del mercado financiero también serán conocidos/ analizados.

CULTURA Y MODELOS ORGANIZATIVOS

Los avances que estamos viviendo en las diferentes disciplinas y en especial en la tecnología, están modificando la cadena de valor en las organizaciones de manera necesaria para asegurar su sostenibilidad y competitividad. Es por esto que la alineación de la organización y la adecuación de las estructuras de manera ágil, son claves para conseguir un diseño organizativo que evolucione a la misma velocidad que lo hace el contexto en el que trabajamos. Esta asignatura permite desarrollar los comportamientos permiten desplegar la cultura mejorando la experiencia del empleado del cliente, conocer las herramientas más apropiadas para la gestión, medición y seguimiento de los indicadores definidos en la propuesta de valor, e incorporar los modelos más adecuados para la gestión del cambio en las organizaciones, sabiendo qué hacer, en qué momento, cómo abordar los retos considerando todos los stakeholders para garantizar la evolución y adaptación óptima al ecosistema digital.



2 ASIGNATURAS DE ESPECIALIZACIÓN

Asignaturas específicas

FINANZAS CORPORATIVAS

La asignatura de Finanzas Corporativas, que complementa a la asignatura de Análisis Financiero y Valor para Stakeholder, pretende dar una visión global de la función financiera de una empresa con el objetivo último de que el alumno sea capaz de analizar y estudiar las variables empresariales que permiten maximizar el valor empresarial (Enterprise Value) y valor para el accionista, así como trasladar los conceptos, modelos y herramientas que se van a presentar en la asignatura a las empresas en las que trabajen.

INNOVACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO

Esta asignatura permite al estudiante aplicar el pensamiento crítico para entender la situación de la industria en la que opera su compañía e identificar sus principales retos. Una vez que la foto del contexto está clara, dispondrá de herramientas que le ayuden a definir de una forma pragmática pero exhaustiva a la vez, los principales elementos de un modelo de negocio innovador. Se compartirán igualmente ejemplos de modelos de negocio aplicados por otras compañías para fomentar el pensamiento lateral. Finalmente, se profundizará en la forma de comunicar las principales ideas a stakeholders clave.

MARKETING ESTRATÉGICO

Esta asignatura permitirá a los alumnos abordar la estrategia de marketing bajo un enfoque integrador, orientado a resultados, que inspire de manera clara la formulación de iniciativas operativas y tácticas de los elementos del mix de marketing y de los apartados de segmentación y posicionamiento. Por último, se prestará atención a la configuración del plan de marketing total, integrando de manera especial todo lo referente al ámbito digital.

MARKETING OPERATIVO

En la primera parte de esta asignatura se pretende, no solo aportar conocimiento táctico sobre los conceptos clásicos -y aún vigentes- de las “4Ps” del Marketing Mix, sino adentrarse en todo cuanto de beneficio ha traído consigo la revolución digital para la materia de la que se ocupa esta asignatura. Además, la irrupción en 2020 de la pandemia de COVID-19 ha provocado que ese proceso de transformación digital se haya acelerado, -cuando no ha cambiado radicalmente- el modo en el que las personas se relacionan con las marcas y sus productos o servicios. Un vector de cambio y aceleración al que esta asignatura otorga la debida importancia incorporando un capítulo en forma de anexo. Si en la asignatura de marketing estratégico se aborda dónde quiere ir la organización, en la segunda parte de la asignatura de marketing operativo se profundiza en cómo se va a ir y qué herramientas se pueden utilizar para llegar allí. Todo ello integrado en el denominado Plan de Marketing.

DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES

La asignatura de dirección comercial tiene como finalidad proporcionar al alumno una visión práctica del alcance de la función de dirección comercial y de ventas, identificando el conjunto de elementos que la configuran y los puntos críticos en la integración de sus componentes humanos-físicos y analógicos-digitales, proporcionando así mismo una visión práctica de las distintas herramientas y soportes en que se apoya y su correcta utilización para distintos escenarios, ámbitos y propósitos.

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

En esta asignatura se profundizará en la importancia de las nuevas tecnologías, que permiten a las empresas tener la habilidad, visión y persistencia para crear un sistema de información transformador que pueda cambiar radicalmente una empresa e incluso una sociedad. La asignatura pretende acercar los sistemas de información a los puestos de dirección de la empresa, ya que la información es un recurso clave que afecta a todas las áreas de la organización.

METAMORFOSIS DIGITAL

En la primera parte de la asignatura permite al estudiante desarrollar la capacidad de diagnosticar el grado de madurez digital de una empresa, del mercado en el que compite y el impacto del uso de los datos y las principales tecnologías emergentes para, a partir de ahí, proponer líneas de actuación estratégicas que garanticen la adecuada implantación y la gestión de los recursos y capacidades de la empresa. En la segunda parte de la asignatura se explora la forma en que las estrategias pueden aportar un valor superior mediante la introducción de nuevas tecnologías, el conocimiento de éstas, el uso de los datos para la toma de decisiones, el cambio organizativo y cultural que deben afrontar las empresas para garantizar el éxito en esta metamorfosis digital que para algunas empresas podría llegar a suponer su desaparición no llevarla a cabo.

LA ENTREGA DE VALOR ONLINE / OFFLINE

La primera parte de esta asignatura acercar los procesos operativos de la gestión de la cadena de suministro a los puestos de dirección de la empresa, ya que es algo clave que afecta a todas las áreas de la organización. Se explicará y profundizará en la importancia de la medición y el control de los procesos operativos mediante los indicadores correspondientes, y se emplearán diferentes métodos cuantitativos. En la segunda parte de esta asignatura se mostrará la importancia de la gestión de la cadena de suministro como un eje estratégico en la mayoría de las empresas. En particular, los modelos de la cadena de valor, la tecnología e innovación de la cadena de valor (industria 4.0 y logística 5.0) y los retos en la gestión de la cadena y cómo afrontarlos en base a la planificación de la demanda, la gestión de stocks y pedidos, mejora de procesos, calidad, lean, gestión de proveedores y suministros, gestión de almacenes y transporte, MRP (Material Requirements Planning), análisis de riesgos y logística inversa, tanto a nivel físico como on-line (e-commerce).

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEL TALENTO

En esta asignatura se pretende dotar a los alumnos del criterio necesario para alinear la estrategia de personas al plan estratégico de la organización, considerando que las personas son clave para asegurar el funcionamiento y sostenibilidad de los resultados.
Se profundizará en el ciclo anual del empleado, en los indicadores que aseguran un adecuado desempeño y en el modelo de conversaciones para ejercer una dirección de personas acorde a tiempos de cambio y retos constantes.

INNOVACIÓN CORPORATIVA, INTRAEMPRENDIMIENTO Y EMPRENDIMIENTO

La asignatura Iniciativa Emprendedora pretende fomentar un espíritu emprendedor que se traduzca en el diseño y puesta en marcha de un Proyecto de Empresa.

CRECIMIENTO Y GENERACIÓN DE VALOR EN MERCADOS INTERNACIONALES

Esta asignatura, con una orientación eminentemente práctica, ayudará al estudiante en el proceso de toma de decisiones totalmente legitimadas a través de la utilización de una metodología contrastada en el tiempo, aplicada al proceso de internacionalización o exportación de una organización.

3 ASIGNATURAS ELEGIBLES

Asignaturas o actividades de libre elección por parte del alumno para personalizar una parte de su máster y así completar su desarrollo competencial. Se pueden elegir asignaturas relacionadas o no con su disciplina, vivir una experiencia internacional o prepararse para una certificación.

Será posible cursar las asignaturas elegibles en inglés o en español y seleccionar las que más interés tengan para el alumnado, independientemente de la categoría del programa que esté cursando. Existen dos niveles por cada asignatura elegible; nivel esencial o nivel avanzado, que dependerá del contenido del programa.

Las elegibles permiten complementar el aprendizaje de los programas, donde el alumnado podrá elegir entre 3 opciones:

- Asignaturas elegibles de cualquier categoría

MANAGEMENT	Gestión e inversión en activos financieros
	El viaje de emprender
	Re & Upskilling: aumentando tu eficacia profesional
	Cómo hacer global un negocio
MARKETING	Marketing Digital
	Marketing Automation para el Marketing Operativo
	Branding con propósito
	Ventas 4.0: nuevos modelos digitales
TECHNOLOGY	Ciberseguridad esencial para Directivos no técnicos
	Big Data e IA esenciales para Directivos no técnicos
	Internet del Valor (Tecnologías para Directivos no técnicos)
	La empresa 4.0: Automatización de procesos (RPA)

- Asignaturas que preparan para una certificación*

El alumnado podrá elegir entre:

	Categoría	Idioma
Google tools for decision making (Google Tools)	Marketing	ES/ENG
Software for Smart Marketing (Hubspot Software Marketing)	Marketing	ES/ENG
Advanced Marketing (CIM - Chartered Institute of Marketing)	Marketing	ENG
Advanced Client Management (Salesforce Administrator)	Marketing	ES/ENG
Scrum in practice (Professional Scrum Máster Certification -PSM)	Management	ES/ENG
People Analytics (Certificate Program)	Management	ES/ENG

*No incluye las tasas de exámenes para la obtención de ninguna certificación, ni tutorización individual CIM.

- Experiencia académica internacional

Consiste en la inmersión académica de una semana, en uno de los destinos abajo citados, que se realizará durante el transcurso del máster. Si el máster incluye viaje curricular propio, no se podrá acceder al Business Study Tour.

BUSINESS STUDY-TOUR

Washington (US)
Understanding today´s Business Environment

Miami (US)
Digital Business Innovation in US

London (UK)
Collaborative Innovation from the Marketing Perspective

Shanghai (China)
Understanding today´s Business Environment

Mérida (México)
Innovación y sostenibilidad en los negocios

*Plazas sujetas a disponibilidad y destinos sujetos a cambios. Precios y condiciones a consultar. / *Places subject to availability and destinations subject to change. Prices and conditions: more information on request.*

4 TRABAJO FIN DE MÁSTER

El trabajo es un **proyecto empresarial real** que supone un desafío en el que el estudiante de manera transversal, debe demostrar que se han cumplido los objetivos de aprendizaje y desarrollado todas las competencias adquiridas durante el programa.

> **Trabajo grupal.**
Elaborar un proyecto de desarrollo empresarial mediante un plan de negocio para la creación de una nueva empresa o para la creación de una nueva unidad de negocio dentro de una empresa existente.

El proyecto es una combinación de trabajo, práctica e investigación en grupo, que además sea congruente. El plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, tanto para una empresa de nueva creación como para una ya existente, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla las estrategias y procedimiento para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto. En el mismo se refleja el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha, y abarcará desde la identificación de la necesidad que lo justifique, pasando por la definición de la idea de negocio, hasta la forma concreta de llevarla a la práctica, y el seguimiento de su desarrollo.

CLAUSTRO DE PROFESORES Y PONENTES INVITADOS

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Campos Blázquez, Juan Ramón
PhD en Economía y Gestión de la Innovación, UAM/UCM/UPM. Executive Máster en e-business, IE Business School. PDD, IESE. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, UNED. Licenciado en Ciencias Geológicas, UCM. Actualmente: Director del Executive MBA, MBA y Programa Integral de Desarrollo Directivo (PIDD), ESIC

Caballero López, Miguel Ángel
PhD en Ingeniería Química, Universidad de Zaragoza. PDD, IESE. Licenciado en Ingeniería Química, Universidad de Zaragoza. Actualmente: Director General, NUREL. Anteriormente: Director Corporativo de Negocio I+D+i, Grupo SAMCA.

Fuster Merino, Sergio
Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC Business & Marketing School. Ingeniería en telecomunicaciones, Universitat Politècnica de València (UPV). Actualmente: Director Ejecutivo, Raventós Codorníu. Anteriormente: Director Global de Marketing, Kellogg Company. President U.S. Yogurt, Danone. Responsable de Marketing, United Biscuite. Responsable de Marca, Procter & Gamble.

Martín García, Sandra
PhD en Ciencias Políticas, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección y Gestión de Personas, Universidad de Alcalá de Henares. Master oficial en Gobierno y Administración Pública, Universidad Complutense de Madrid. Advanced Management Program (AMP), Instituto de Empresa (IE Business School). Postgrado en Consultoría Internacional y Desarrollo Institucional, Universidad Pompeu Fabra. Licenciatura en Sociología, Universidad Complutense de Madrid. Anteriormente: Directora General del Instituto de Educación Superior TQM. CEO de PEOPLE4.

Ortega Verdugo, Francisco Javier
Executive MBA por el Instituto Internacional San Telmo. Máster en Director Económico-Financiero por el Centro de Estudios Financieros. Máster en Recursos Humanos y Organización por ESIC Business & Marketing School. Actualmente: CFO - Director Financiero en Grupo Puma. Anteriormente: Controller de Gestión en GES Seguros y Reaseguros.

Pérez Morales, Guillermo
Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC Business & Marketing School. Program Management Development, ESADE. Programa de Dirección General (PDG), IESE Business School. Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Carlos III de Madrid. Actualmente: Director Técnico (Operaciones) en Servicios Auxiliares - Facility Services, Grupo EULEN.

Redondo Abad, Samuel
MBA, ESIC Business & Marketing School. Ingeniería Industrial, Universidad Carlos III de Madrid. Actualmente: Business and Sales Manager Europe, Shell. Anteriormente: Risk and Market Strategy Consultant, Enel. Consultor, KPMG, España. Consultor, Enred Consultores. Consultor, Accenture España.

Rodriguez Barea, Francisco Javier
PhD en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Jefe de Área de Desarrollo de Proyectos, RENFE.

Sánchez-Montesinos García, Francisco José
PhD en Economic and Business Sciences por la Universidad de Granada. Máster en MBA en San Telmo International Institute (IESE). Actualmente: Consejero y asesor estratégico. Anteriormente: Director de la Cámara de Comercio de Granada.

Weitz Schneir, Mario Alejandro
Master en Applied Economics, American University, USA. Licenciado en Economía, Universidad de Buenos Aires. Consultor de la Comisión Europea y del Banco Mundial.

Yagüez Lorenzo, Estefanía
Master in Economics, University of Leeds. Programa de Dirección General (PDG), IESE Business School. Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director Consumer Insights & Market Intelligence, L'Oréal. Anteriormente: Director of FMCG, GfK. Consultora, TEMA Grupo Consultor S.A. Consultora, SPIM.

Alcocer Fernández-Pinilla, Antonio
PhD en Economía y Finanzas, Universidad Europea de Madrid. Máster en Finanzas, Universidad Pontificia de Comillas ICAI-ICADE. Master of Science, University of Birmingham. Ingeniería Industrial, Universidad Pontificia de Comillas ICAI-ICADE. Actualmente: 360º Business Consultant & Change Agent Director, Alcocer&Co. Presidente & Fundador, Minds4change. Anteriormente: Director de Estrategia Internacional y Desarrollo de Negocio, Agrolimen S.A. Director de Estrategia y Desarrollo de Negocio, Vitelsa. EMEA Estrategia y Desarrollo de Negocios, Sony.

Álvarez Valdés, Jesús
PhD en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sao Paulo. Máster en Gestión y Dirección Turística, UA Universidad de Alicante. Máster en Dirección de Empresas, Universidad de la Habana. Ingeniería Superior en Transportes, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Actualmente: Director Adjunto del Título Superior en Dirección de Marketing Global, ESIC Business & Marketing School. Director Grado en Marketing, ESIC Business & Marketing School Campus de Barcelona. Fundador y CEO, Growth Hacking Talent. Anteriormente: Consultor Senior, EACRECER SL. Director General de Empresas de Recursos Humanos, Catalunya Integració SCCL. Investigador, Fundación Gaspar Espuña CETT. Director Nacional de Formación de Recursos Humanos para el Turismo del Ministerio de Turismo de Cuba, Ministerio de Turismo de la República de Cuba.

Auger, Pierre
Máster en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías, Universidad Rey Juan Carlos. Máster en Internet Business, ISDI; Máster en Administración y dirección de Empresas, Universidad Pontificia de Comillas ICAI-ICADE. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Ecole Superieure de Commerce et D´Administration des Enterprises de PAU. Actualmente: Senior Advisor, Cargatucoche. CEO y Cofundador, Urate. Anteriormente: Director Comercial y de Marketing, AMC Networks. Consultor Digital y desarrollo de negocio. Planta 18. Country Manager, Vooddler.com. Director de Ventas en Europa, Technicolor. Fundador, One2One Advertainment Agency. General Manager, DreamWorks. Director de Marketing / Sur de Europa, Universal Pictures. Senior Brand Manager, Guillette.

Caballero López, Miguel Ángel
PhD en Ingeniería Química, Universidad de Zaragoza. PDD, IESE. Licenciado en Ingeniería Química, Universidad de Zaragoza. Actualmente: Director General, NUREL. Anteriormente: Director Corporativo de Negocio I+D+i, Grupo SAMCA.

Calzón Menéndez, Faustino
Máster en Dirección de Comercio Internacional, ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales, UBA Argentina. Actualmente: Director de Consultoría, FM Consultores. Anteriormente: Director de Proyectos, CESA. Director de Planificación de Nuevos Negocios en Latinoamérica, Grupo Gas Natural. Controller, Grupo Banesto Industrial. Jefe de Auditoría Interna. Banco Río de la Plata S.A. Responsable de Costes Industriales, Loma Negra S.A. Analista de Créditos, Banco de la Nación Argentina.

Campos Blázquez, Juan Ramón
PhD en Economía y Gestión de la Innovación, UAM/UCM/UPM. Executive Máster en e-business, IE Business School. PDD, IESE. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, UNED. Licenciado en Ciencias Geológicas, UCM. Actualmente: Director del Executive MBA, MBA y Programa Integral de Desarrollo Directivo (PIDD), ESIC Business & Marketing School. Cofundador y director de la agencia de innovación Stigmergy. Anteriormente: más de 25 años de experiencia en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, tanto en el entorno corporativo (Alcatel, EMC2 , Microsoft y Lucent Technologies) como en el del emprendimiento (Telisma, VIDA Software,...).

Centenera Ulecia, Jesús
PhD en Historia Contemporánea, UNED. PDG, IESE. MBA, ESDEN. Licenciado en Economía y Geografía e Historia UCM. Actualmente: Socio Director, AGERON Internacional. Director, ROMANHERITAGE. Anteriormente: Director Unidad de Negocio Internacional, Laboratorios INDAS.

Cerdá García, David
PhD en Filosofía, Universidad de Sevilla. Máster en Filosofía Práctica, UNED. Máster en Logística y Producción, IDE-CESEM. MBA, EOI. Grado en Filosofía, UNED. Licenciatura en Económicas, Universidad de Sevilla. Actualmente: Asociado, Huete&co. Asociado, Strategyco. Anteriormente: Director General, Novogreen Césped Natural. Gerente del Departamento de Finanzas y Controlling, Brenntag Iberia. Director Financiero, Brenntag Maroc. Senior Auditor, GyO Auditores.

Chávarri Marroquín, Íñigo
PDD, IESE Business School. Máster en Publicidad y Comunicación, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Director de Marketing, Flight Labs. Director de Servicios a Cliente, Ruiz Nicoli. ERRENE. Anteriormente: Director de Marketing, Svenson.

Costa, Carlos Víctor
PhD, Comunicación, Universidad Complutense de Madrid. Máster OUniversitario en Comunicación Social, Universidad Complutense de Madrid. EMBA, Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Licenciatura en Comunicación/Publicidad, Universidad Federal do Rio de Janeiro. Actualmente: Director del Máster en Dirección de Comunicación y Publicidad (MPC). Anteriormente: Director CVComunicar Consultancy. Responsable de Marketing Estratégico y Comunicación, University of the Arts London. Director / Consultor, Millward Brown Vermeer. Director de Comunicación Corporativa para América del Sur, PRAXAIR INC. Gerente de Marketing, DELL INC. Coordinador de Marketing/ Asesor de Relaciones Internacionales, PETROBRAS – PETRÓLEO BRASILEIRO S.A.

Cristofol Rodríguez, Francisco Javier
Máster en Periodismo, Universidad CEU San Pablo. Máster en Gestión Comercial y Dirección de Marketing (GESCO), ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Málaga. Licenciatura en Periodismo, Universidad de Málaga. Actualmente: Consultor de Comunicación Corporativa. Redactor, El Español. Anteriormente: Director de Comunicación, Educación Jesuitas. Gestión de contenidos en redes sociales, Los 40 principales.

de la Guardia Gascuñana, Carlos
PhD en Internal Branding, UAB. PDD, IESE Business Schoool. Máster en Dirección de Marketing, IE Business School. Honours BA in History and Philosophy, Trent University, Canadá. Actualmente: Owner Brandgineering Consulting. Anteriormente: Brand Manager Danone Bélgica, China y México.

de Pablo Cabrera, Alejandro
PhD en Business, Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Economía, UAM. Anteriormente: Director Marketing Internacional, Fox Internacional. Director de la Unidad de Negocio, OCU-Saludabit. Director de la célula de Lengua Española, Mesias - Inteligencia Marca España. Director General, Clicktomedia.com. Director de Marketing y Nuevos Negocios, PRISA Radio. Director de Marketing, Antena 3 (Megatrix). Country manager (Walt Disney Internet Group). Brand manager, Coca Cola Enterprises.

De Ramón Fors, Javier
Executive MBA, EADA Business School. Máster en Marketing Relacional, Directo e Interactivo, ESIC Business & Marketing School. Máster Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universidad Oberta de Cataluña. Licenciado en Matemáticas, Universidad de Barcelona. Actualmente: CDO - Digital Director, Equivalenza. Anteriormente: Director Digital, CRM y Marketing, Fira Barcelona.

De Torres Pachón, Alberto
PDD, IESE Business School. Executive MBA, IE Business School. Master Technology and Digital Business, Universidad de Deusto. Grado en Ciencia de Datos Aplicada, Universidad Oberta de Cataluña. Licenciado Commercial and Marketing, ESIC Business & Marketing School. Bachelor Business Administration, Humberside University. Actualmente: CEO, Nektiu. Anteriormente: Director Área eServices TECNALIA Research & Innovation.

Duato Vayá, Francisco
PhD en Economía, Dirección y Gestión de Empresas, Universidad Católica de Valencia. Executive Education Certificate, IESE Business School. Licenciatura en Ciencias Empresariales, Universitat de València. PDD y Executive Education Certificate, IESE Business School (Universidad de Navarra). Actualmente: Socio, ONEtoONE Corporate Finance. Anteriormente: Director de Administración, CV Capital. Director Financiero, Irrimon, S.A. Director Financiero, Silomar Elaborados y Distribución S.L.

Garaña Corcés, José Manuel
PhD. Organización de Empresas, Universidad Rey Juan Carlos. Licenciatura en Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Graduado en Public Affairs, Universidad de California Los Ángeles (UCLA). Actualmente: Director de Internacional de Desarrollo Comercial, AGERON Internacional. Consultoría de Automoción. Anteriormente: Socio Director, TransferLab. General Marketing Management, Bergé Automoción S.L. Gerente Comercial y de Marketing, Chrysler Jeep Iberia. Supervisor de Cuentas Senior, McCann Erickson.

García Lorenzo, Ricardo
Programa de Desarrollo Directivo, IE Business School. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Subdirector de Innovación Agroalimentaria, Cajamar. Anteriormente: Consejero Asesor Energias Renovables Brasil, SER Energía. Director General, Grupo Agro Industrial AE. Vicepresidente, Yara Alboran. Socio Director, Grupo Sinergi.

Gismera Tierno, Eduardo
PhD en Filosofía y Empresa, UP Comillas/Deusto/Ramón Llull. Triple acreditado ANECA. Máster en Dirección de Recursos Humanos, IE Business School. Letrado Asesor de Empresas, UP Comillas. ICADE. Actualmente: Socio Director, Business & Culture. Anteriormente: Director Corporativo de RRHH y RSC, Grupo Sacyr Vallehermoso.

Gómez Campillo, María
PhD en Economía de las Organizaciones, Universidad de Zaragoza. Máster en Gestión de las Organizaciones, Universidad de Zaragoza. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO), ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Zaragoza. Actualmente: Socia Directora, My Consulting. Anteriormente: Departamento de Alianzas Estratégicas, Aramon. Directora de Marketing, Centro Comercial Plaza Imperial. Directora de Marketing y Publicidad, Central de Franquicias de LA OCA. Responsable de Imagen de Marca y Communication Excecutive, ADIDAS.

Gómez Ribelles, Fernando
PhD (c) Marketing, Universitat Jaume I. Máster en Gestión Comercial y Marketing (GESCO), ESIC Business & Marketing School. Licenciatura en Economía, Universitat de València. Actualmente: CEO, B-libe. Anteriormente: Dirección General, COVAMUR Limpiezas y Servicios, S.A. Socio Director, Soluciones Formativas. Gerente, Busitel. Director Nacional Red de Distribuidores, área de lubricantes, ExxonMobil. Director de Marketing, Texaco.

González López, Francisco
MBA, ESSEM. Máster en Marketing y Gestión Comercial, ESSEM. Licenciado en Ciencias Económicas, UAM. Diplomado en Marketing y Dirección Comercial, ESSEM. Actualmente: Director Máster MITB (International Trade and Business). Anteriormente: Director General, Combiberia, S.A. Director de desarrollo de negocio, SEUR.

Guitart Felip, Jordi
PhD en Telecommunication Engineering, Universidad Politécnica de Cataluña. PDD, IESE Business School. Ingeniero en Telecomunicaciones, Universidad Politécnica de Cataluña. Actualmente: Vicepresidente de Inteligencia Artificial, Aizon. Anteriormente: CEO, Infonis International.

Iglesias Fernández, Albert
MBA, EADA Business School. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Barcelona. Actualmente: Director Comercial y de Marketing, Eurotronix. Anteriormente: Director de Ventas y Marketing, Grupo 9 Reinas.

Jacopin Hall, Tanguy
PhD en Economía Aplicada y Marketing, Universidad La Sorbona. Máster Economic and Business Administration, Columbia University. Máster Corporate Social Responsability, IESE Business School. Actualmente: Managing Director and Founding Partner, Global Born. Anteriormente: Experiencia de más de 20 años de consultoría en entidades como Zara, Iberdrola, Telefónica. Santander, BBVA, FC Barcelona, Repsol, America´s Cup. Responsable de exportación en SDMO - Kohler Group.

Liste Ruiz, María Guiomar
PhD en Veterinaria, Universidad de Zaragoza. Licenciada en Veterinaria, Universidad de Zaragoza. Licenciada en Historia y Ciencias de la Música, Universidad de La Rioja. Actualmente: Member of the Managing Comittee, RedCIBA. Member of the Expert Group for Technical advice on Organic Production (EGTOP), Comisión Europea: Anteriormente: Profesora, Royal Veterinary College, Londres. Investigadora, Departamento de Medicina Veterinaria, Universidad de Cambridge.

López Ariztegui, Carlos
PDD, IESE Business School. Ingeniero Superior en Telecomunicaciones, Universidad Politécnica de Madrid. Actualmente: Director de Programas de Marketing. Director de la Categoría Marketing, ESIC Business & Marketing School. Anteriormente: Director Ejecutivo, Apple.

Martín García, Sandra
PhD en Ciencias Políticas, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección y Gestión de Personas, Universidad de Alcalá de Henares. Máster oficial en Gobierno y Administración Pública, Universidad Complutense de Madrid. Advanced Management Program (AMP), Instituto de Empresa (IE Business School). Postgrado en Consultoría Internacional y Desarrollo Institucional, Universidad Pompeu Fabra. Licenciatura en Sociología, Universidad Complutense de Madrid. Anteriormente: Directora General del Instituto de Educación Superior TQM. CEO de PEOPLE4.

Maseda Moreno, Araceli
PhD en Economía de Empresa, URJC. Máster Universitario en Gestión Comercial, URJC. Licenciada en Psicopedagogía, UCM. Licenciada en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Grado en Business Administration, Humberside University. Anteriormente: Brand Manager, Pascual.

Mínguez Vela, Andrés
PhD en Filosofía y Ciencias de la Información por la Universidad de Valencia. Licenciado en Filosofía y Ciencias de la Educación por la Universidad de Valencia. Actualmente: Director de Grado, Postgrado y Empresa en ESIC Business & Marketing School. Anteriormente: Director de RRHH en Grupo Gregori. Responsable de Selección y Formación en Grupo Mercadona.

Molina Acebo, Javier
Máster en Alta Dirección, URJC. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC Business & Marketing School. Máster en Dirección Financiera, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Grado en Business Administration, University of Lincoln. Actualmente: Consultor. Steering & Board Committee Gesvelice N.Partners. Anteriormente: Central Sales Director, Grupo ACS.

Ortega Verdugo, Francisco Javier
Executive MBA por el Instituto Internacional San Telmo. Máster en Director Económico-Financiero por el Centro de Estudios Financieros. Máster en Recursos Humanos y Organización por ESIC Business & Marketing School. Actualmente: CFO - Director Financiero en Grupo Puma. Anteriormente: Controller de Gestión en GES Seguros y Reaseguros.

Pascual Portela, David
Máster de Gestión de la Innovación en el HiperSector TIC por La Salle. Máster Intercompany de Alto Potencial de Indra en IE Business School. Programa de Liderazgo Corporativo en Emprendimiento e Innovación (PLCE) por Deusto Business School. Programa de Desarrollo Directivo (PDD) por Fundación SEPI. Executive MBA por ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Director de Innovación y Transformación Digital en Iberinsa. Anteriormente: Director de Innovación Corporativa en INDRA.

Ríos Pita, Luis Jesús
Máster en Management Development, Management, Universidad de Navarra (IESE Business School). Master in Project Management, Stevens Institute of Technology. Ingeniero en Telecomunicaciones, Universidad Politécnica de Madrid. Actualmente: Chief Executive Officer en Nebulai. Anteriormente: Director, Strategy & Business Development en Nokia. Senior Head of Device Sales Acceleration for B2B en Telefónica.

Rovira Ruiz, Javier
PhD en Economía de la Empresa, URJC. PDG, IESE Business School. DEA, Economía de Empresa, URJC. Licenciado en Derecho y Administración de Empresas, ICAI-ICADE. Actualmente: Director Transformación de Conocimiento y Desarrollo de Programas, Director MBM, ESIC Business & Marketing School. Anteriormente: Director General de Neck Child. Director General de González Byass.

Salvat Sangrà, Josep
PhD (c) en Filosofía, Universidad Central de Cataluña. Licenciado en Periodismo, Universidad Pompeu Fabra. Actualmente: Socio Director/Consultor de Comunicación, Josep Salvat PR. Anteriormente: Jefe de Prensa y Relaciones Públicas, Panasonic Iberia, S.A. y en Samsung Electronics Iberia, S.A.

Sánchez-Montesinos García, Francisco José
PhD en Economic and Business Sciences por la Universidad de Granada. Máster en MBA en San Telmo International Institute (IESE). Actualmente: Consejero y asesor estratégico. Anteriormente: Director de la Cámara de Comercio de Granada.

Villanueva Núñez-Lagos, José María
PDD por la IESE Business School. Licenciado en Periodismo por la Universidad Francisco de Vitoria. Actualmente: Consultor de Comunicación y Formación en Oratoria. Anteriormente: Responsable del Área Digital de Europa Press.

Visconti Caparrós, José María
PhD (c) en el Programa de Economía y Empresa de la Universidad Autónoma de Madrid. Postgrado en Dirección Comercial por ESADE. Postgrado en Derecho Laboral por la Escuela de Práctica jurídica de Madrid. Licenciado en CCEE por la Universidad Autónoma de Madrid. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director de Másters en ESIC en las áreas de Marketing Digital y Negocio Digital. Anteriormente: Senior Advisor en la consultora de innovación digital Opinno.

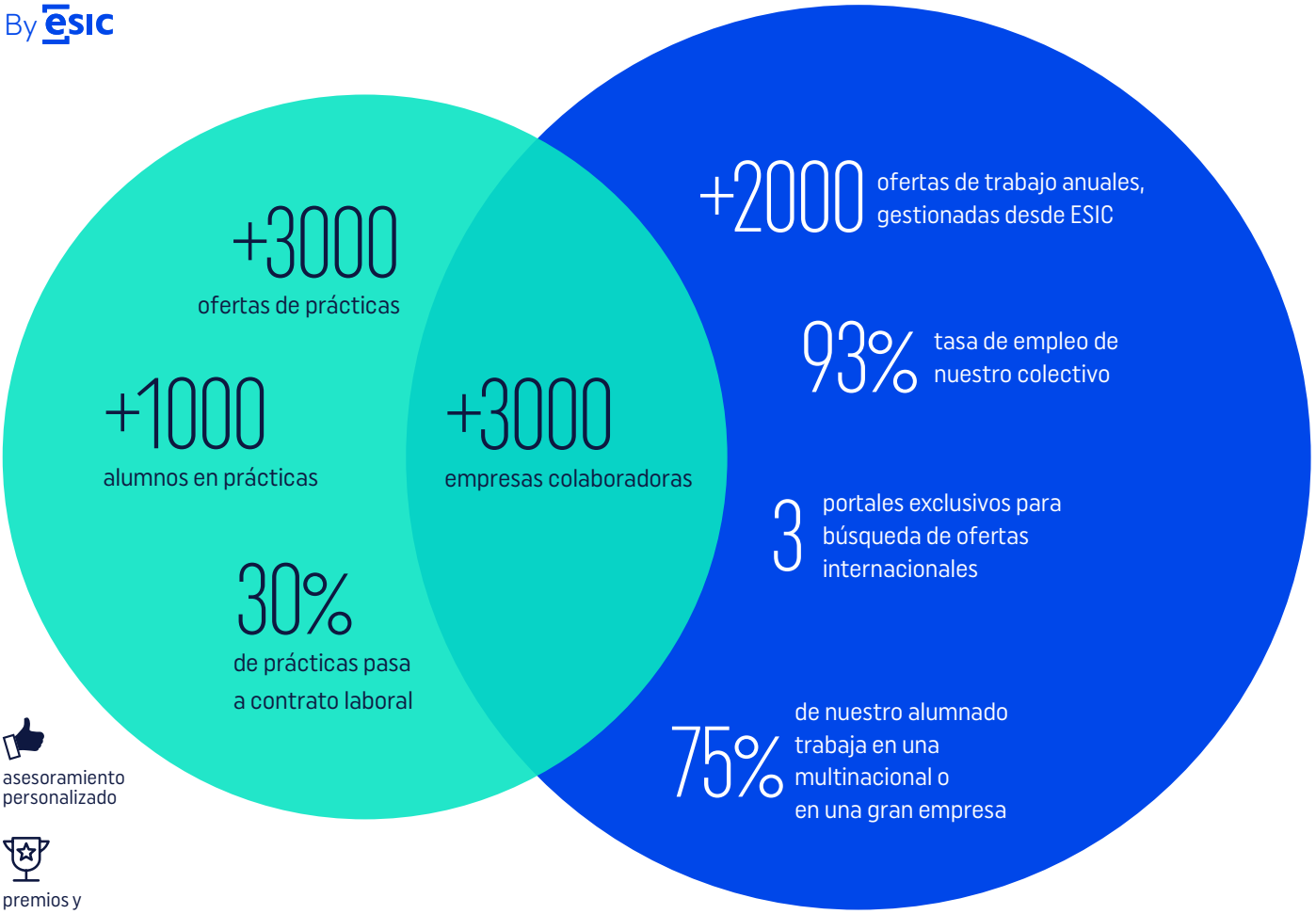
*Claustro sujeto a posibles cambios.

TE PREPARAMOS PARA TRABAJAR EN LAS MEJORES EMPRESAS DEL MUNDO

UNIDAD DE DESARROLLO PROFESIONAL
By ESIC

PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Potenciamos la presencia del alumnado en las empresas, facilitando la aplicación de conocimientos teórico/prácticos mediante la realización de prácticas.



- asesoramiento personalizado
- premios y concursos para emprendedores
- talleres de emprendimiento
- charlas y encuentros con emprendedores
- incubadora de ideas
- networking entre emprendedores
- foros de inversores

EMPRENDEDORES

ESIC Business School genera, impulsa e integra las acciones para el fomento del emprendimiento, proporcionando apoyo y formación. Desarrolla actividades y programas en el ámbito de la creación de empresas para apoyar las iniciativas empresariales de nuestros estudiantes y contribuir a su consolidación.

CARRERAS PROFESIONALES

Durante toda tu trayectoria desde Carreras Profesionales, te formamos y asesoramos en materia de empleabilidad, apoyándote en la búsqueda de oportunidades mediante el acceso a un portal de empleabilidad exclusivo y la organización de ferias de empleo y eventos de reclutamiento.

ÁREA DE IDIOMAS

[profesionales globales]

ESIC Idiomas está concebido para facilitar una experiencia interesante, agradable y provechosa que permita alcanzar metas de comunicación internacional en el ámbito profesional, académico o personal.

ESIC Idiomas está acreditado para la realización y evaluación de las principales pruebas nivel reconocidas internacionalmente: TOEFL, TOEIC, Cambridge General English y Cambridge Business English Certificates (BEC). Además ofrece formación en otros idiomas como alemán, francés, chino y español para extranjeros (acreditada por el Instituto Cervantes).

Centro preparador y examinador oficial

Cambridge Assessment English
Authorised Exam Centre

CAPMAN AUTHORIZED TEST CENTER 2015
TOEIC TOEFL

Instituto Cervantes

DELE

Empresas y profesionales

- Cursos anuales
- Programas a medida
- Programas específicos
- Intensivos
- Individuales
- Conversación

Nuestro presente es bilingüe, multicultural y global...
nuestros alumnos también lo son.

Recorridos internacionales

Contamos con múltiples destinos donde podrás completar tu formación

DESARROLLO INTERNACIONAL

[global + multicultural]

Reforzamos nuestra oferta educativa con la posibilidad de completar con una experiencia internacional el itinerario curricular elegido. Para ello, disponemos de acuerdos de colaboración e intercambio y programas internacionales con:

+40 países de destino

acuerdos con +125 universidades

+500 alumnos

MADRID
+34 91 452 41 00
info.madrid@esic.edu

BARCELONA
+34 93 414 44 44
info.barcelona@esic.edu

VALENCIA
+34 96 361 48 11
info.valencia@esic.edu

SEVILLA
+34 95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA
+34 97 635 07 14
info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA
+34 95 202 03 69
info.malaga@esic.edu

PAMPLONA
+34 94 829 01 55
info.pamplona@esic.edu

BILBAO
+34 94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

GRANADA
+34 95 822 29 14
master@esgerencia.com

MAYO 2022

ESIC Business & Marketing School

CLUB de MARKETING de NAVARRA

www.esic.edu/postgrado