

MÁSTER EN BIG DATA Y BUSINESS ANALYTICS [MBDA]



+ 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				ELMUNDO				Bloomberg Businessweek	
1	1	1	1	1	1	3	4	23	
España Nuevos graduados y jóvenes profesionales	España Directivos de alto nivel	España MBA	España Programas Executive	España Marketing	España Comercio Exterior	España Recursos Humanos	España Comunicación Corporativa	Europa Escuela de Negocios	
									
12	34	34	34	50	51	64	51	40	87
Europa Logística	Europa Executive MBA	Europa Business Analytics	Europa Marketing	Europa Management	Europa MBA	Europa Finanzas	Global MBA especialidad en Marketing	Global Escuela de Negocios	Global Escuela de Negocios
									
5	19			37	41	47	49	85	
Global Mayor selección de programas en áreas de Marketing, Tecnología y Ventas	Global Escuela de Negocios			Global Executive MBA	Global Management	Global Marketing	Global Finanzas	Global Escuela de Negocios	
									
4	24	30	41	1	5		5		
Global Finanzas	Global MBA	Global Escuela de Negocios	Global Executive MBA	Ibero América Marketing Digital Online	Ibero América Centro de Formación Online		Ibero América Innovación Digital		
									
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		

MÁSTER EN

BIG DATA Y BUSINESS ANALYTICS [MBDA]

PROPÓSITO DEL MÁSTER

Máster en Big Data y Business Analytics que permitirá especializarse en el entorno analítico con enfoque a negocio. Conocerás cómo liderar equipos de proyectos Big Data, cómo obtener datos de calidad, y las técnicas y herramientas analíticas que te permitirán convertir cualquier organización en una Data Driven.

DIRIGIDO A

- > Recién graduados que buscan una especialización.
- > Profesionales con una trayectoria de máximo 3-4 años que buscan una especialización o cambiar de sector.
- > Profesionales junior de áreas de análisis de datos, consultoría, marketing digital, business intelligence o mercado, desarrollo de producto que busquen especializarse.
- > Se requiere un nivel de inglés mínimo B2.

Las nuevas tendencias tecnológicas constituyen una auténtica revolución en la economía. Son grandes habilitadoras y juegan un papel muy importante en la digitalización de las empresas.

Big data, Virtualización, Cloud computing, Ciberseguridad, Internet of things, Realidad virtual o Realidad aumentada son las tecnologías más relevantes y disruptivas de la Economía Digital que están originando una nueva Revolución Industrial 4.0. Su rápida evolución e implantación está llegando a todos los sectores, generando nuevos modelos de negocio y creando nuevos perfiles profesionales.

El eje de la Transformación Digital de las organizaciones está en la interacción entre las Tecnologías Digitales, el Management Digital y el Marketing Digital. La clave del éxito está en saber gestionar el impacto de esta interacción en los stakeholders de la empresa, sus procesos y sus modelos de negocio. La formación que imparte ESIC, abarca todas estas competencias necesarias para que estudiantes, profesionales, directivos y emprendedores aborden con confianza la transformación digital de sus organizaciones desde una orientación tecnológica, analítica y empresarial.

PERFIL DE SALIDA

- > Líderes de proyectos estratégicos relacionados con transformación digital, implantación de cultura data driven y líderes de proyectos big data - CDO/CMO.
- > Responsables de investigación de mercados, Business Intelligence (CRM, cliente, insights del negocio/consumidor).
- > Responsables de innovación y áreas de desarrollo de producto (product manager, brand manager, dirección marketing) y, en general, puestos relacionados a responsabilidades que contribuyan a la dirección estratégica de marketing.
- > Realización de consultoría y asesorías a empresas/Start Ups, en su transformación hacia la decisión y estructura data-driven.
- > Citizen Data Scientist.

COMPETENCIAS PERSONALES

- > Tener una visión integradora de la tecnología, la estadística y las necesidades del negocio que les permite aportar soluciones reales a las problemáticas más complejas transformando datos aislados en conocimiento útil capaz de minimizar los riesgos asociados a la toma de decisiones.
- > Diseñar e implementar proyectos Big Data: arquitectura de datos, la identificación de herramientas y tecnología necesaria para el proyecto y el conocimiento exhaustivo de los principales técnicas de recogida y análisis de la información, tanto cualitativos como cuantitativos.
- > Analizar el mercado y segmentos de clientes mediante el análisis estadístico y la modelización obteniendo así los insights clave para definir la estrategia de negocio optimizando sus políticas de captación, desarrollo y retención en todas las acciones tácticas de la empresa.
- > Demostrar la capacidad analítica y crítica que requiere identificar las mejores técnicas según el tipo de datos disponibles y obtener los datos necesarios para optimizar los modelos.
- > Demostrar las capacidades y habilidades de trabajo colaborativo necesarias para trabajar según los nuevos modelos de negocio.

¿POR QUÉ MBDA?

OBJETIVOS:



Conocer y aplicar la analítica de negocio y la toma de decisiones basada en el dato, mejorando así las estrategias, presupuestos y acciones de la empresa.



Conocer los retos de proyectos Big Data y del Business Analytics, para optimizar la implantación y dirigirlo hacia una compañía Data-driven.



Obtener una visión cualitativa y cuantitativa del consumidor objetivo y del negocio, que permita reaccionar ante los cambios del mercado.



Comprender, analizar e identificar los cursos de acción para extraer, filtrar, analizar y presentar los datos necesarios para la toma de decisiones.

FACTORES DIFERENCIALES:



Único programa que tiene una visión integradora de los datos, la tecnología y la estrategia de negocio, haciendo del Business Intelligence y la aplicación de Big Data una ventaja competitiva para tu empresa.



Obtén los últimos conocimientos en estrategias de negocio, desarrollo de tendencias y resolución de los nuevos retos en entornos cambiantes.



Desarrolla no solo las capacidades en análisis de datos, sino también las habilidades y destrezas para liderar equipos interdisciplinarios en Big Data.



Visitas a empresas y viaje a París - INSEEC donde se verán de primera mano las últimas técnicas de modelización que están aplicando las empresas.



Programa Hands-on, donde tú serás el protagonista en la resolución de casos reales con bases de datos reales.



Acceso a los software y herramientas TOP del mercado: SPSS, SAS, R Studio, Python, como herramientas principales de análisis de datos. Además, se trabajarán casos con herramientas como Knime, BigML, Power BI, MySQL, entre otros. Y se tendrá acceso a plataformas cloud como IBM Watson durante todo el programa.



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 interacción 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 MBDA es un máster de 60 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

- Metamorfosis digital: el impacto en productos y servicios
- Introducción al mundo de los datos y los algoritmos
- Regulación y seguridad de los datos: su uso responsable y ético
- Finanzas para la dirección: el impacto de la inversión en tecnología en la cuenta de resultados

Asignaturas específicas

- Data governance y Arquitectura de datos
- Data Mining
- Inteligencia artificial
- Data Analytics: modelización y análisis
- Big Data aplicado al Marketing
- Entornos Cloud
- Big Data Projects
- Business Study Tour en París

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.

60
Créditos
Totales

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 de información perfecta.

LIDERAZGO CONSCIENTE

El entorno y organizaciones actuales requiere de un liderazgo adaptativo que considere no sólo 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

METAMORFOSIS DIGITAL: EL IMPACTO EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Las empresas más innovadoras utilizan las tecnologías emergentes, —Inteligencia Artificial, Internet de las cosas, Blockchain, entre otras—, así como los datos y las metodologías ágiles para desarrollar nuevos productos y servicios, modelos de negocio y experiencias de cliente. Estas empresas se han transformado digitalmente haciendo de los datos el motor de sus operaciones y consiguiendo fuertes ventajas competitivas que pueden llegar a producir grandes disrupciones en los mercados y cambios profundos en la industria. Sin embargo, en este proceso la tecnología es un elemento muy importante pero no es suficiente. El éxito radica fundamentalmente en la adecuada formulación de la intención estratégica y no en las tecnologías individuales, así como en la capacidad de reinventar digitalmente el negocio apoyada por líderes que fomenten una cultura capaz de cambiar e inventar lo nuevo, de asumir riesgos y de gestionar adecuadamente el talento. En esta asignatura se explora la forma en que las estrategias pueden mejorarse 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. En resumen, esta 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 de las principales tecnologías emergentes para, a partir de aquí proponer líneas de actuación estratégicas que garanticen la adecuada implantación de las tecnologías emergentes para desarrollar innovadores productos, servicios, modelos de negocio y experiencias de cliente en entornos data-driven.

INTRODUCCIÓN AL MUNDO DE LOS DATOS Y LOS ALGORITMOS

No hay duda de que el futuro y el éxito de las empresas están vinculados a los datos y a quienes sepan gestionarlos e interpretarlos correctamente para la toma de decisiones. Al igual que el petróleo ha impulsado la economía durante los últimos cien años, los datos impulsan cada vez más la innovación y la economía en esta cuarta revolución industrial en la que ya nos encontramos. Las empresas que antes adopten un modelo impulsado por los datos obtendrán sólidas ventajas competitivas y podrán generar mayor valor para sus Stakeholders, siempre y cuando implementen las estrategias, infraestructuras y metodologías adecuadas. La asignatura se compone de los siguientes temas: 1. Big Data vs. Data Science vs. IA. 2. Introducción a la gestión y análisis de datos; Conceptos y ciclo de vida. 3. Algoritmos y Predicción; Retos y metodologías. 4. Introducción a Statistical Inference & Machine Learning. 5. Data Visualización e Interpretación. 6. Introducción a Power BI, Tableau y R.

REGULACIÓN Y SEGURIDAD DE LOS DATOS: SU USO RESPONSABLE Y ÉTICO

La convergencia de la disponibilidad de cada vez más datos, la creciente disponibilidad y velocidad de los sistemas de computación en la nube –Cloud–, y los algoritmos de aprendizaje automático – Machine Learning– cada vez más sofisticados, nos permiten anticipar un futuro de grandes avances para mejorar la sociedad. Así, ya vemos hoy como las innovaciones en la ciencia de datos y en inteligencia artificial, IA, están facilitando el lanzamiento de nuevos productos y servicios en las empresas y mejorando la provisión de servicios sociales esenciales desde la atención sanitaria, la educación y el transporte hasta el suministro de alimentos, la energía y la gestión ambiental. Debido a que la IA y el Machine Learning mejoran orgánicamente con la ampliación del acceso a los datos, el aumento de estos sistemas nos permiten inferir un gran progreso en la sociedad. Sin embargo las preocupaciones legítimas todavía abundan. Al igual que con cualquier tecnología nueva y en rápida evolución, una curva de aprendizaje pronunciada significa que se cometerá errores que inevitablemente producirán impactos imprevistos y dañinos. La IA y los datos no son una excepción. Con el fin de gestionar estos impactos de manera responsable y dirigir el desarrollo de sistemas de IA hacia un beneficio público óptimo, tendrá que hacer de las consideraciones de ética y seguridad de la IA una prioridad fundamental. La asignatura se compone de los siguientes temas: 1. Oportunidades y Riesgos del Big Data. 2. Ética de los algoritmos y la IA. 3. Recomendaciones Éticas para una IA de confianza. 4. Legislación y Regulación (Internacional / EU). 5. Seguridad de la información, Ciber amenazas y plan de prevención.

FINANZAS PARA LA DIRECCIÓN: EL IMPACTO DE LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA EN LA CUENTA DE RESULTADOS

El principal objetivo de esta formación es abrir las finanzas y mostrar cómo usar el razonamiento numérico para mejorar la calidad en la toma de decisión estratégica, a través de el estudio de lo esencial de las finanzas tradicionales, evitando detalles técnicos específicos que pueden ser encontrados en cualquier libro de texto, y centrándonos hacia la toma de decisiones más que hacia la teoría financiera, incluyendo aquellos conceptos necesarios para alcanzar las decisiones más acertadas.

2 ASIGNATURAS DE ESPECIALIZACIÓN

Asignaturas específicas

DATA GOVERNANCE Y ARQUITECTURA DE DATOS

El Data Governance vela por esa gobernanza tanto del dato como de la gestión de los mismos. No sólo es importante seguir los requisitos legales, también hay que asegurarse que los datos son óptimos para conseguir modelos excelentes, y que su almacenamiento, gestión y retroalimentación están asegurados manteniendo además la calidad de los mismos. Además, con la Arquitectura de datos estaremos identificando métodos y técnicas del diseño de una arquitectura aseguran la entrada y almacenamiento de los datos en base a las necesidades de la empresa.

DATA MINING

La preparación de los datos es un paso previo al análisis pero de crucial importancia para el mismo. Es por esto que en esta asignatura se identificarán los elementos primordiales para el Data Mining y se trabajarán con técnicas específicas de minería de datos, preparación de Bases de datos y su aplicativo en SPSS y Python.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La Inteligencia Artificial se encuentra en muchos aspectos de nuestra vida, y a nivel empresa se integra cada vez más en los diferentes aspectos de la toma de decisiones tanto estratégico como táctico. El objetivo es obtener una mirada a la aplicación general de la IA, acercándonos después a la aplicación en la empresa.

DATA ANALYTICS: MODELIZACIÓN Y ANÁLISIS

Se profundizará en la aplicación de las técnicas supervisadas y no supervisadas, en casos concretos alrededor del marketing estratégico, experiencia de cliente y ventas.

BIG DATA APLICADO AL MARKETING

Se trabajarán técnicas estadísticas y matemáticas de aprendizaje supervisado y no supervisado, con un enfoque transversal a la toma de decisiones de la empresa, y con diferentes soportes, como son Python, SAS, SPSS.

ENTORNOS CLOUD

La gestión de datos y contenido en la nube cada vez tiene mayor relevancia. Se analizarán los entornos cloud más destacados, y se trabajarán ejercicios en cada uno para conocer las bondades de cada plataforma.

BIG DATA PROJECTS

Los proyectos Big Data están siendo incorporados en la mayoría de las empresas, ya sea de la mano de un departamento específico de Big Data como de un consultor externo. Es por esto que es importante conocer la estructura de este tipo de proyectos, roles y responsabilidades, así como aplicaciones específicas en diferentes contextos, para aprender a optimizar las diferentes técnicas aprendidas.

BUSINESS STUDY TOUR EN PARÍS

Con el fin de potenciar el desarrollo de un perfil profesional internacional, el máster incluye una estancia obligatoria en París. El objetivo es realizar una inmersión académica y profesional en un ecosistema digital avanzado. Durante la estancia el alumno asiste a un programa organizado por nuestros socios en destino y además asiste a visitas en empresas locales. Ambas actividades junto al contacto con estudiantes y profesores de esos destinos generan una experiencia única de crecimiento personal. Hay una dinámica de descubrimiento interior y de exploración de ecosistemas digitales única.

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 Master 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.



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.**

El alumnado podrá elegir entre:

- 1 - Identificar una empresa para desarrollar una estrategia de implantación de Big Data.
- 2 - Consultoría en análisis, diagnósticos y mejora de la situación de proyectos de implantación del Data driven.
- 3 - Desarrollo de plan de marketing/producto basado en datos.



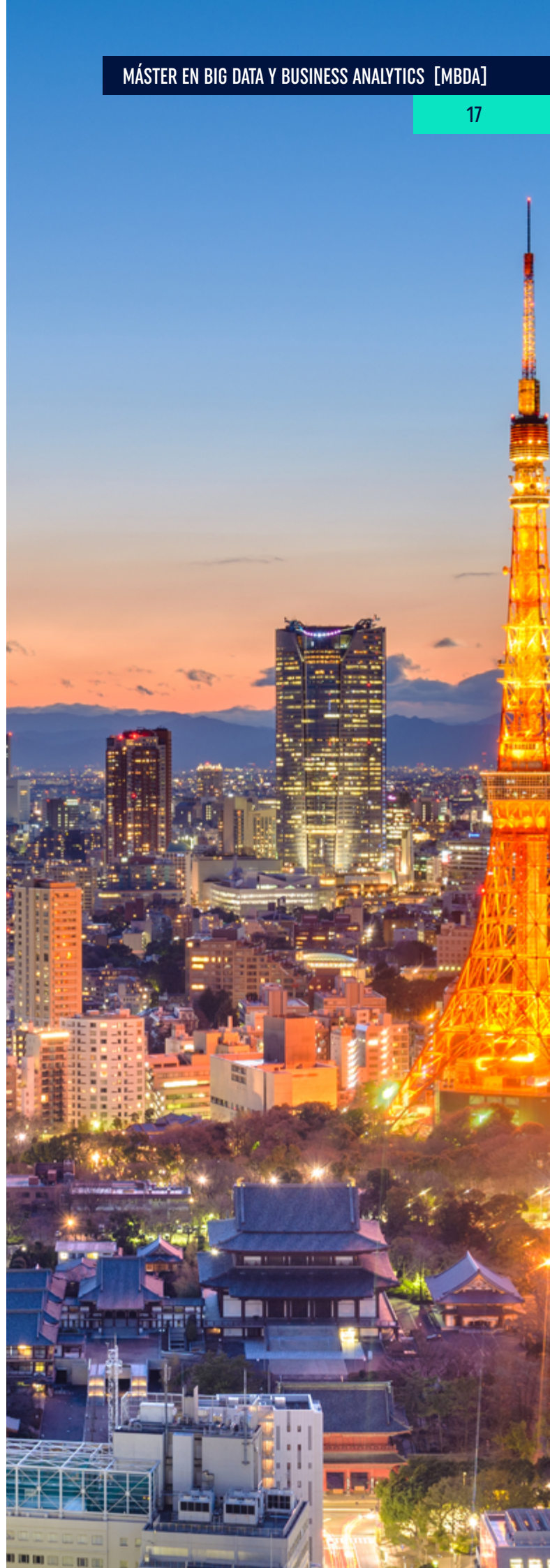
Business Study Tour en París

El Máster en Big Data & Business Analytics provee al alumnado una visión profesional global e internacional, y es a través del Business Study Tour en París, donde las últimas innovaciones y tendencias en la aplicación de analytics, estrategia y tecnología se unen con el impacto internacional que se genera a través de la toma de decisiones en empresas globales.

El objetivo es conocer de mano de las empresas casos de éxito en implantación de proyectos Big data y analítica, donde además, contaremos con la universidad INSEEC que aportará la visión académica. Además, se encuentra en un enclave estratégico de desarrollo tecnológico. El alumno del máster tendrá la oportunidad de enriquecerse con la visión en innovación y su amplia trayectoria en sus programas Big Data, presentaciones de casos de empresa y visitas empresariales.

De esta manera, el programa potencia el desarrollo profesional del alumno a través de casos relacionadas con analytics, start-ups y Big Data, así como visitas a zonas culturales e históricas.

*Docencia incluida en el programa. Gastos personales y de viaje a consultar. / Registration fee is included in the program. Personal and travel expenses: more information on request.



CLAUSTRO DE PROFESORES

DIRECTOR PROGRAMA

Perdigones Martínez, Ana Belén

PhD (c), Universidad Autónoma de Madrid. Senior Fellow, Higher Education Academy. Máster en Marketing Science, ESIC, Business & Marketing School. Máster en Marketing, ESAN. Licenciada en Administración de Empresas, Universidad de Cádiz. Actualmente: Directora del Centro de Marketing Deportivo - CMD. Directora de Programas Master - MDMD y MBDA. Anteriormente: Country Manager, ZECAT.

Casas Carmona, José Luis

Programa Superior de Dirección de Empresas, IE. Ingeniería Superior de Telecomunicaciones, UPC. Actualmente: Senior Digital Advisor, Boston Consulting Group. Anteriormente: Director Global de Advertising para Telefónica, LUCA Data Unit.

Charfole Sancho, Ignacio

Ingeniería Informática, Universidad Politécnica de Madrid. Actualmente: Gerente de Desarrollo, Gobierno y Arquitectura BigData, Telefónica de España. Anteriormente: Jefe Análisis de Negocio - Marketing Gran Público, Telefónica. Consultor de Negocio, Kabel.

Fernández García, Pedro José

Máster en Negocios Internacionales, ICEX-CECO. Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Cádiz. Actualmente: Director de Planificación y Control de Gestión, AENOR. Anteriormente: Asesor de inversiones, Oficina Comercial de la Embajada Española (ICEX). Marketing trainee, Topshare BV. Transfer Pricing trainee, Syngenta.

Fierro Iglesias, David

Ingeniería Informática, Universidad de Oviedo. Máster en Ingeniería Web, Universidad de Oviedo. Actualmente: Big Data Analytics & AI Tech Lead, Vodafone. Anteriormente: Advanced Analytics Consultant, Accenture. Cloud Architect and Data Engineer, Dive.tech."

Montoro Candela, María Eva

Licenciatura en Ciencias Matemáticas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Gropu VP - Head of Advanced Analytics & Data Science, Banco Santander. Anteriormente: Responsable de Gestión Estratégica de Riesgos, Banesto. Consultor senior, Arthur Andersen & Co.

Nieto Rodríguez, Miquel

MBA, Universidad Ramón Llul. Master of Science, Universitat de Barcelona. Programa de Dirección de Ventas, ESADE. Postgraduado Data Science and Big Data, Universitat de Barcelona. Licenciatura en Física, Universitat de Barcelona. Actualmente: Industry Solutions Consultant, MongoDB. Anteriormente: Industry Sectors - Telefónica IoT & Big Data Tech, Telefónica. Key Account and Business Development Manager, Philips Lighting. Senior Business Development Manager, CARTO. Business Development, Philips Lighting. Co-Fundador, Emprendit. Ingeniero de Ventas, Telstar Instrumat. European Projects Manager, LEITAT Technological Center.

Nebreda de la Piedad, Raquel

Licenciatura en Ciencias Matemáticas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Head of Data Consulting & Applied Intelligence, Sopra Steria. Anteriormente: Chief Data Officer, Leroy Merlin. Senior Manager, Accenture España. Manager, EY. Head of Business Development, Banco Gallego. CRM Marketing Analyst, Banesto.

Rams Paradell, Marta

Máster en Inteligencia de Negocio y Big Data, Universitat Oberta de Catalunya. Máster en Estadística e Investigación Operativa, Universitat Politècnica de Catalunya. Licenciatura en Ciencias y Técnicas Estadísticas, Universitat Politècnica de Catalunya. Actualmente: Senior Business Analyst Lead, Penguin Random House Grupo Editorial, S.A.U. Anteriormente: Business Intelligence Manager, ELOGIA (Viko Group). Técnica estadística, Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona. Técnica estadística, Departament d'Empresa i Ocupació - Generalitat de Catalunya. Técnica estadística, Idescat - Institut d'Estadística de Catalunya.

Rubio Martínez, Alberto

Máster en Plataformas y Aplicaciones Web, Universidad Pontificia de Salamanca. Ingeniería Informática, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Architecture Manager - Cloud Migration Services, Vodafone. Anteriormente: Cloud & Big Data Architectures Manager, Minsait. Principal Business Development, Keeper. Gerente Técnico, BEEVA. Founder & CTO, Ankináh Software. Manager de Correctivos y Evolutivos, GMV Soluciones Globales Internet.

Besora Cunillera, Arnau

Máster en Comunicación y Marketing Online, UNIR. Diplomatura en Estadística, Universitat Autònoma de Barcelona. Actualmente: Analista de precios, Fira Barcelona. Anteriormente: Estadístico, Institut d'Investigació Sanitària Pere Virgili - IISPV. Técnico estadístico, Grup SAGESSA. Gestor de datos, Mercaconsult. Analista estadístico, Salvetti&Llombart. Técnico estadístico, Consultrans. Técnico estadístico, Gabinet per a l'Administració Urbana i Desenvolupament Institucional (Gaudi SL).

Caneda Schad, Arturo

Graduado en Sociología, UNED. Anteriormente: Managing Director, TCT.

Casado Diez, Alejandro

Master in Data Mining and Business Intelligence, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Marketing Science, ESIC Business & Marketing School. Máster en Gamificación y Narrativa Transmedia, IEBS Business School. Licenciatura en Marketing e Investigación de Mercados, Universidad de León. Actualmente: Consultor Insight Analytics, Deloitte. Anteriormente: Digital analyst - Business Intelligence and analytics department, LaLiga. Analytics Manager, Kanlii."

De Ramón Fors, Javier

Máster en Marketing, Relacional, Directo e Interactivo, ICEMD. Executive MBA, EADA. Máster Universitario SIC (Sociedad de la Información y el conocimiento), UOC. Licenciatura en Matemáticas, Universidad de Barcelona. Actualmente: Director General, Equivalenza. Anteriormente: Director CRM y Servicios de Marketing, Fira Barcelona. Program Manager NPS, CRM & Change Management, ADP ESI/Streamline. Manager Procesos, Aplicaciones y Atención al cliente 2.0, Vueling. Responsable de CRM, Clickair. Responsable desarrollo y tecnología Microsoft, Vueling. Jefe Proyecto, Setting Consultoria.

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 del Poyo Vizcaya, Rafael

Licenciatura en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. Diplomado en Derecho Mercantil Internacional y de la Unión Europea por la Universidad Católica de Lovaina, Bélgica. Actualmente: Socio de la práctica de Digital Business, Osborne Clarke. Árbitro de la Corte de Arbitraje de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid, de la Junta Nacional Arbitral de Consumo con Confianza Online (en materia de comercio electrónico), de Red.es (en materia de conflictos sobre nombres de dominio) y del Comité de Arbitraje TIC de la Asociación Europea de Arbitraje (AEADE).

Gómez Campillo, María

PhD en Economía de las Organizaciones, Universidad de Zaragoza. Máster en Gestión de las Organizaciones, Universidad de Zaragoza. Master 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 Executive, ADIDAS.

Hernández Quesada, Mariola

Máster en Urbanismo y Promociones Inmobiliarias, Instituto de Práctica Empresarial. Programa Superior de Coaching Ejecutivo y Management, IE Business School. Licenciatura en Derecho, Universidad Autónoma de Madrid. Actualmente: Abogada en ejercicio desde 1992.

Hernández Rodríguez, África

Executive Marketing y Publicidad Digital por IE Business School. Máster en Marketing Directo en ESIC Business & Marketing School. Licenciada en Geografía por la Universidad Complutense de Madrid. Diplomada en Magisterio por la Universidad Autónoma de Madrid. Actualmente: Coordinadora Académica Master GESCO en ESIC Business & Marketing School. Anteriormente: Directora de Captación de Clientes Marketing Estratégico en AEGON Seguros.

Herranz Sacristán, Gerardo

Máster en Sistemas de Información e Investigación de Mercados, Esic Business & Marketing School. Máster en Dirección de Marketing y Comercial, ESERP Business School. Licenciatura en Ciencias y Técnicas Estadísticas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Responsable Analítica Cliente, Leroy Merlin. Anteriormente: Chief Data Officer, Travel Club. Responsable Análisis de Clientes, Adeslas. Responsable Análisis Cartera de Clientes, Via Digital.

Lahoz Sevilla, Francisco Javier

Ingeniería Técnica Informática, UNED. Licenciatura en Matemáticas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Manager y Chapter Lead de Big Data Engineering, Orange España. Anteriormente: Consultor Senior Big Data, Innoverly. Arquitecto Big Data, Accenture. Analista, Sistema 4B. Analista Programador, Evendor Engineering.

López-Quesada Fernández, Agustín

PhD en Economía de la Empresa, Universidad Rey Juan Carlos. Máster Oficial en Gestión Comercial y Marketing, Universidad Rey Juan Carlos. Master of Business Administration (MBA), Cámara de Comercio, Industria y Navegación de La Coruña. Master International Marketing, ESIC Business & Marketing School. Máster en Seguridad y Defensa, CESEDEN. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC Business & Marketing School. Actualmente: Co Fundador Retail Institute España y Latinoamérica. Socio Director General, NEXT GATE International Strategy Consulting. Anteriormente: Director General, Aquasolid Iberia. Consejero Delegado y Director General, Know-How Network Patnership.

Lousa Gayoso, María José

Master en Recursos Humanos por ICADE. Licenciada en Filosofía y Letras por la Universidad Pontificia de Comillas. Actualmente: Procesos Consultoría, LSP, Coaching de equipos, Cursos Habilidades Directivas; Conferencias en HdO."

Martín García, Sandra

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

Martín Hernando, Vidal

Licenciado en Derecho, Universidad de Valladolid. Especializado en Derechos Humanos, Justicia Penal Internacional, Soporte Legal para Asilo y Refugio. Actualmente: Abogado, Empresa y Derechos Humanos, Derecho Internacional. Anteriormente: Asesor Derecho Internacional y Experiencias Comparadas, Centro Internacional para la Justicia Transicional, ICTJ Bogotá.

Miranda Villalón, José Antonio

Executive MBA, ESIC Business & Marketing School. Licenciado en Ciencias Matemáticas, UNED. Actualmente: Managing Partner, Naawa. Anteriormente: Global Head of Business Strategy & Development, T2O media, Digital Agency.

Montanera Mateu, Ramón

Máster Marketing, ESADE. Master Marketing in Tourist Companies, Universidad Oberta de Cataluña. Licenciado en Económicas, Universidad de Barcelona. Licenciado en Market Research, Universidad de Barcelona. Actualmente: Market Intelligence Director, ELOGIA (Viko Group). Anteriormente: Head of New Business, ELOGIA (Viko Group).

Pascual López, Guillermo

Executive MBA, Escuela Europea de Negocios. MBA, ThePower Business School. Ingeniería en Telecomunicaciones, Universidad de Zaragoza. Actualmente: Responsable Ventas Grandes Clientes, Telefónica. Anteriormente: Consultor de Centro de Innovación, Telefónica.

Reina García, Carmen

Máster en Inteligencia Artificial Avanzada, UNED. Licenciada en Ciencias Matemáticas, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Head of Data Culture, Orange. Anteriormente: Head of Data Scientist, Orange.

Ríos Pita, Luis Jesús

Máster en Management Development, Management por la 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.

Rodríguez Burga, Víctor Ismael

Executive MBA, IE Business School. Especialización Desarrollo de Negocios, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Licenciado en Administración de Empresas, Pontificia Universidad Católica de Perú. Actualmente: Global Learning Agility Manager, Telefónica. Anteriormente: CEO - Director Ejecutivo, AIESEC Perú.

Rosell Aguirre, José Fermín

Executive MBA, IE Business School, Licenciado en Ciencias Empresariales, ESIC Business & Marketing School. Anteriormente: Manager de Banca Digital, Banco Santander. Director de Marketing, Diners Club International."

Salas Aizpuru, Carlos

PhD en Investigación en Salud Intra y Extrahospitalaria, Universidad Alfonso X el Sabio. Master Neurociencias aplicadas a organizaciones empresariales, Neuromanagement, Universidad Rey Juan Carlos. Master en Counselling, Ciencias Sociales, Universidad Ramón Llull. Licenciado en Farmacia, Universidad Complutense de Madrid. Actualmente: Director, Consejero, BrickFarma, S.L. Anteriormente: Director de RRHH, Director comercial, Schering AG, Drissifar.

Tiemblo Sanchidrian, Javier

PDG, IESE. Executive Management Program CTAM por el INSEAD. MBA en Telecomunicaciones por la Universidad de Salamanca. Master en Alta Dirección por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Management and Business Administration por la Universidad de Salamanca. Actualmente: CFO en AMC Networks International Southern Europe. Anteriormente: Iberian Deputy CFO en Liberty Global.

*Clausro sujeto a posibles modificaciones.

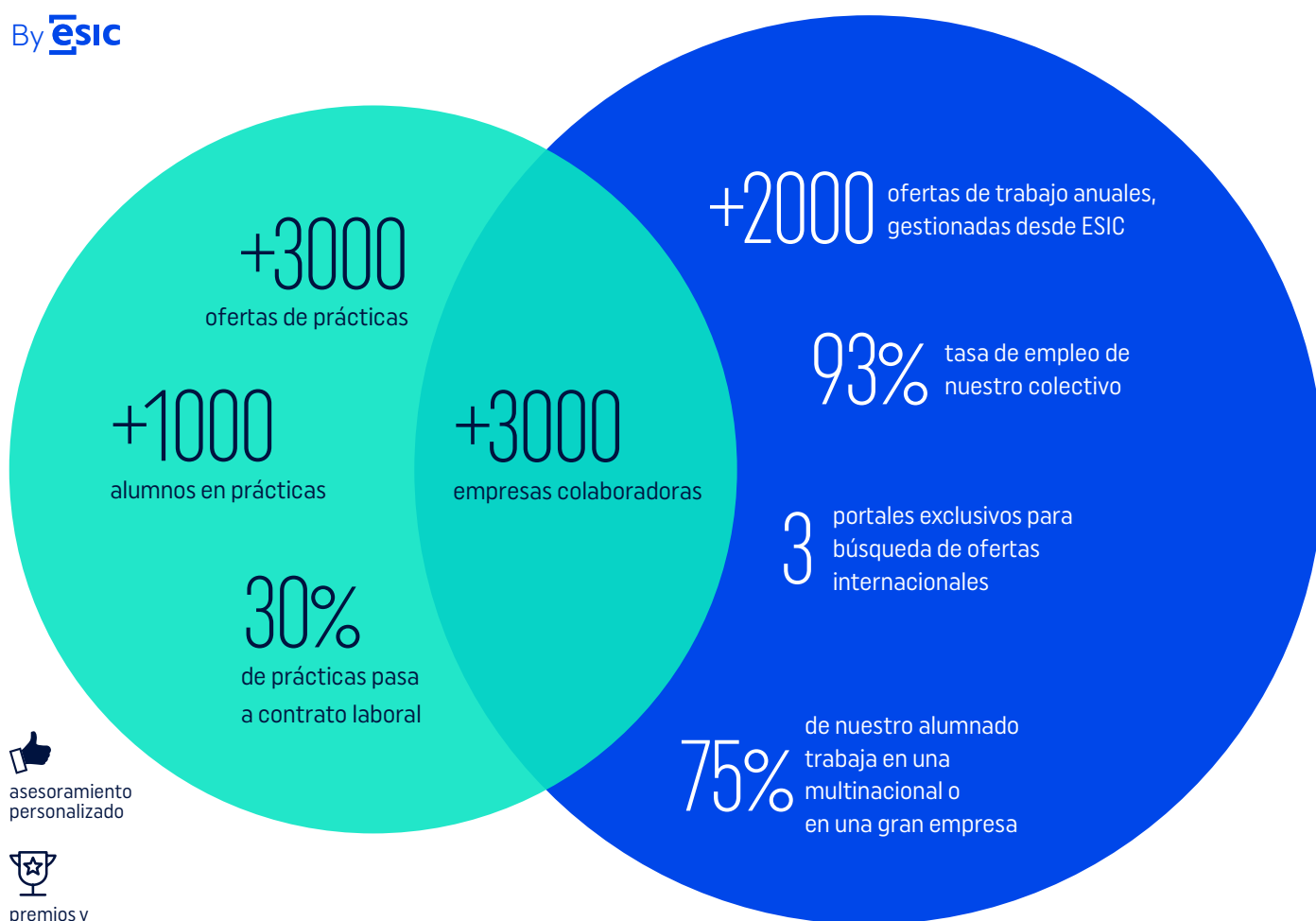


TE PREPARAMOS PARA TRABAJAR EN LAS MEJORES EMPRESAS DEL MUNDO



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



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

PAMPLONA

+34 948 29 01 55

info.pamplona@esic.edu

MAYO 2022