

Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Online

Centro Asociado:



Colabora:

append



esden

Escuela Superior de Negocios y Tecnologías

www.esden.es

Madrid · Barcelona · Bilbao · Vitoria · Logroño

Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Índice:

Presentación de ESDEN	3
Presentación del Master	4
Objetivos	6
Destinatarios	6
Metodología	6
Material y tutorías	7
Programa	6
Admisiones	10
Directora del master	11
Claustro de profesores	11
Características técnicas	12
Lugar	12
Duración	12
Horario	12
Precio	12
Formas de pago	12
Número de plazas	12
Prácticas en empresas	13
Bolsa de trabajo	13
Asesoramiento de empleo	13
Empresas colaboradoras	14
Información y reservas	16
Oferta formativa 2008-2009	16



esden

Escuela Superior de Negocios y Tecnologías

www.esden.es

Madrid · Barcelona · Bilbao · Vitoria · Logroño

Presentación de Esdén

La misión de la Escuela de Negocios Esdén es la de formar profesionales altamente cualificados para que garanticen, a través de sus conocimientos y habilidades, el éxito de su empresa en un mercado global, donde el cambio continuo es la única constante.

Esdén atiende la demanda formativa de profesionales, licenciados y diplomados, que buscan a través de una especialización de postgrado su posicionamiento en el mercado laboral. De ahí parte el compromiso de Esdén en aunar las necesidades de las empresas con el potencial de los jóvenes, en cuyas manos está la respuesta de las compañías a los presentes y futuros retos empresariales.

La escuela, también, busca guiar a los profesionales que están en activo para que puedan adecuarse de una forma cómoda y eficiente a las continuas y variadas exigencias que van surgiendo en su especialidad o dentro de su empresa.

Con el paso de los años, Esdén ha alcanzado una posición privilegiada por los cerca de 250 alumnos y más de 500 empresas que cada año confían en nuestra institución y por la amplia oferta de formación especializada y programas master que imparte. Nuestra Escuela de Negocios esta encaminada a consolidarse en un referente de prestigio, avalado ya por un colectivo de más de dos mil antiguos alumnos, algunos de ellos procedentes de otros continentes.

De esta manera, el claustro de profesores, constituido por 200 profesionales contrastados, y el equipo de esta escuela, afrontan su actividad diaria inspirándose en un compromiso explícito de Esdén hacia la empresa y su capital humano.

ESDEN está certificada por AENOR en su sistema de gestión de la calidad según la norma UNE-EN-ISO 9001:2000.



José Miguel Silgo
Director General

Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Online

Presentación del master

En la actualidad las empresas se mueven en unos mercados que cambian a velocidades de vértigo. Por ello, en cualquier sector o mercado en el que una empresa desempeñe su actividad, siempre existirá un cierto halo de incertidumbre de cara a cualquier opinión o previsión que se realice.

En este entramado actual de mercados, la empresa ha fijado como su punto de referencia el cliente, consumidor o usuario, que es la clave de la gestión empresarial moderna. El Marketing moderno ha supuesto un cambio de actitud radical en la actuación empresarial. Este cambio se caracteriza por el conocimiento del mercado, el conocimiento del cliente para procurar su total satisfacción, por supuesto, que con un beneficio para la empresa.

El Marketing se basa en: "Identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del cliente de una forma rentable para la empresa."

Cualquier directivo de empresa que quiera afrontar con éxito los retos del mercado actual, debe anticiparse al mismo y a la competencia.

Para ello se verá en la necesidad de idear estrategias integrales y aplicarlas para potenciar la imagen de su empresa y conseguir los objetivos marcados por la misma.

Esden, en este Master, quiere transmitir las técnicas y los conceptos más avanzados del Marketing moderno contrastándolos con las bases tradicionales del mismo.

Esden, pretende, con este Master:

1. Formar directivos que sean capaces de aportar una visión de carácter integrador del área de Marketing a su empresa. Para ello, se dota a los alumnos de una serie de técnicas y herramientas que tienen una perfecta y completa aplicación a toda el área del Marketing y de la Actividad Comercial.

Estas herramientas aportarán a los alumnos una cierta capacidad para identificar oportunidades de mercado, una capacidad para anticiparse a los cambios del mercado y fundamentalmente una capacidad homeostática, es decir una capacidad

de cambio y adaptación a nuevas circunstancias del mercado en general, así como de los consumidores y de la competencia.

2. Facilitar toda clase de herramientas que sean útiles en el diseño de estrategias competitivas. El programa de este Master está diseñado para que los participantes puedan poner en práctica de forma inmediata los conocimientos adquiridos en clase.

Para ello, a lo largo de todo el Master se facilitan las herramientas más adecuadas para establecer las estrategias de marketing, las estrategias de comercialización más de acuerdo con la realidad de su empresa y del entorno de la misma. Las estrategias de marketing pretenden encontrar el rumbo que la empresa debe tomar para actuar de una forma ventajosa frente a sus competidores. La meta de las estrategias de marketing es el propio mercado y su punto de mira no es otro que las necesidades de los clientes.

3. Un trabajo personal.

Desde aquí, Esden pide a todos los participantes en este Master una cierta dosis de trabajo personal para que a lo largo del mismo, se intente poner en práctica aquellas cuestiones que se han contemplado en las clases.

Si bien, a lo largo del Master, tal como ya se ha indicado, se van a transmitir una serie de conocimientos, Esden quiere hacer un cierto hincapié en el hecho de que esos conocimientos deben ser base para un aprendizaje generativo, es decir que sirvan para "aprender a aprender", y así estemos siempre en un continuo aprendizaje.

Cándido Ruiz
Director del Master

Objetivos

El principal objetivo del programa es proporcionar una visión teórico - práctica de las funciones y aplicaciones del Marketing y la Gestión Comercial en la empresa.

A su vez, otro objetivo es aportar a los asistentes las herramientas de apoyo de toma de decisiones de marketing y venta.

Capacitar al alumno para el análisis de problemas y situaciones y posterior toma de decisiones aplicando lo aprendido en clase, fijando objetivos, metas, indicando estrategias a seguir, planificando acciones y desarrollando sistemas de control

Destinatarios

El Master en **Dirección de Marketing y Gestión Comercial** está dirigido a Licenciados o Diplomados, así como a profesionales que ocupen puestos de responsabilidad en la empresa preferiblemente en las áreas de Marketing o ventas.

Metodología

El master se imparte a través de una plataforma web a la que el alumno accede mediante una contraseña que se le proporciona al inicio del curso.

Regularmente se publica un tema o módulo, que el alumno debe estudiar y ampliar con la bibliografía complementaria recomendada.

Para comprobar los conocimientos adquiridos, el alumno debe someterse a la evaluación de ese tema, que consiste en una prueba tipo test. A su vez, el alumno deberá realizar un Proyecto Fin de Master para la completa evaluación del Master. La dirección del curso se reserva el derecho a proponer otras formas de evaluación durante el curso.

Una de las características más importantes de Esden en la metodología On - Line, es el continuo contacto del alumno, tanto con el cuerpo docente, como con la Coordinadora Académica. Este contacto se produce tanto de forma telefónica, como a través del mail, prácticamente todas las semanas.

A su vez, durante todo el curso, el alumno participa activamente en los foros internos del master, donde se pueden discutir con el resto de compañeros y ponentes, las dudas o comentarios sobre los temas expuestos.

Material y tutorías

De cada uno de los Módulos que componen el master, el alumno encontrará la siguiente documentación en la Plataforma Web:

- Una breve descripción del módulo, con un video de presentación por parte de algún componente del claustro.
- Una ficha presentación del profesor de dicho módulo con una breve reseña a su CV y su correo electrónico
- La documentación propia del Módulo, con Anexos, bibliografía y Links recomendados.

A su vez, de cada módulo el Director del Master, abrirá un Foro con el objeto de que los alumnos puedan intercambiar información, etc. La participación en dicho foro también será objeto de evaluación, si la dirección de la Escuela lo considera oportuno.

Al finalizar el Módulo, y correspondiendo con las fechas indicadas en el calendario académico, el alumno deberá completar una Autoevaluación, tipo test que sirva para comprobar que se están adquiriendo correctamente los conocimientos definidos para cada módulo.

Programa

El nuevo entorno empresarial

- El sistema empresarial en el siglo XXI
- El concepto de la Comunicación Total
- La Gestión hacia la Excelencia. La Calidad Total
- La auto evaluación E.F.Q.M.
- Análisis de las necesidades futuras y Mapa Estratégico
- El Proceso de la Gestión del Cambio

La gestión directiva

- Definición del negocio, misión, visión y valores compartidos
- Los estilos de dirección
- Psicología para directivos
- El liderazgo
- El equipo
- La motivación

Marketing y empresa

- Concepto y enfoques
- El sistema estratégico de la empresa
- El cambio cultural y estratégico
- La competitividad
- La gestión de la calidad total
- Las nuevas tendencias del Marketing

El comportamiento del consumidor

- El comportamiento del consumidor
- Factores que influyen en el comportamiento del consumidor
- El proceso de decisión de compra

El marketing estratégico

- Las fuerzas competitivas de una industria. Análisis de las cinco fuerzas competitivas
- Análisis de la competencia, clientes y proveedores
- El Benchmarking y sus aplicaciones
- Matrices de posicionamiento estratégico y de los sectores industriales
- El perfil competitivo. Planes estratégicos por productos
- Estrategia de Segmentación de mercados y de diferenciación y posicionamiento.

Análisis financiero para el marketing

- El Balance
- La Cuenta de Resultados

El plan de marketing

- Plan de Marketing Estratégico y Plan de Marketing Operacional
- Análisis Externo
- Análisis Interno
- Diagnóstico de Situación
- Objetivos de Marketing
- Estrategias de Marketing
- Las herramientas de seguimiento y control

Sistemas de información de marketing

- Análisis estadísticos
- Investigación cuantitativa, cualitativa y observacional
- Investigaciones específicas y estudios continuos

Política de producto

- El ciclo de vida de los productos
- Lanzamiento de nuevos productos o servicios
- Los atributos del producto

La gestión de marcas

- Qué es una Marca
- Actuación de las Marcas
- Marcas registradas y debidamente protegidas

Política de precios

- El Precio
- La fijación de precios en la empresa
- Estrategias de precios
- El escandallo de costes y tasa horaria. La Matriz de tarifa de precios de venta
- La presentación del Precio

ABC Activity Cost

Política de distribución

- El sistema comercial
- Las funciones de distribución
- La distribución desde el punto de vista del fabricante: Decisiones estratégicas y tácticas
- La distribución desde el punto de vista del distribuidor: Localización y merchandising
- Tendencias y cambios en la distribución: Cómo adaptarse al futuro

Trade Marketing

- El Trade Marketing
- Funciones y objetivos
- Area de responsabilidad del Trade Marketing

Distribución y relación con grandes cuentas

La logística aplicada al marketing

- Importancia de la Logística para el Marketing
- Puntos de interés en la gestión de stocks
- La logística como elemento clave en la atención al cliente
- La logística como ventaja comparativa

Política de comunicación

- El Plan de Comunicación. La Comunicación como parte integrante del Marketing
- El proceso de la comunicación global. Imagen Corporativa
- Publicidad: Campañas, objetivos y presupuesto
- Valoración de la eficacia de la publicidad
- Promociones de ventas
- Relaciones Públicas: comunicación corporativa y externa. Protocolo empresarial

El marketing internacional

- El Plan de Marketing Internacional
- Las Ferias Internacionales
- La Logística Internacional
- Los métodos de cobro y pago

El marketing virtual

- E-Business. Marketing en Internet
- El Comercio electrónico. La tienda en Internet
- Comercio entre Empresas
- Los medios publicitarios en Internet
- La Investigación de mercados vía Internet
- Contenidos

Marketing relacional “el secreto de la fidelidad”

- El porqué del marketing relacional
- La necesidad de fidelizar clientes
- La rentabilidad de los clientes y su valor
- Tipología de clientes
- El pasillo de clientes y los momentos de la verdad
- Estrategias de marketing relacional
- Sugerencias para implantar un programa de marketing relacional

Marketing directo

- Creación de base de datos segmentando a la clientela
- Calificación de los clientes potenciales en ABC y planificación de estrategias
- Elaboración y realización de una campaña de Marketing Directo

La organización comercial

- La organización del trabajo de los vendedores. El estudio de rutas. Los circuitos de visitas
- La cartera de clientes, el muestrario
- La ficha y el maestro de clientes
- Los informes de visitas a clientes
- La administración de ventas y su organización
- Las estadísticas de ventas

La fuerza de ventas

- El liderazgo, motivación del equipo de vendedores
- La personalidad y perfil del vendedor
- La selección e incorporación de vendedores
- La valoración y remuneración de vendedores
- La formación de los equipos de vendedores

La previsión de las ventas

- Diagnosis de las zonas y de la clientela
- Factores que influyen en las ventas
- Etapas y métodos para una previsión de ventas
- Las estrategias comerciales y política comercial
- Los objetivos y su seguimiento y control

Técnicas avanzadas de venta

- La Venta
- Evolución de la Venta
- La Programación Neurolingüística (PNL) en la Venta
- Las motivaciones de compra
- Metaprogramas de la PNL en la Venta
- La entrevista de Venta
- El Lenguaje no verbal en las Ventas

La satisfacción del cliente. análisis

- Conceptos básicos
- Medición
- Análisis

Marketing audit

- Objetivos
- Criterios de medición
- Forma de hacer el Marketing Audit

Protocolo en la Empresa



Admisiones

Requisitos

Para realizar un programa master es imprescindible

- Ser Licenciado, o Diplomado universitario, o acreditar experiencia profesional.
- Entregar documentación que acredite al interesado.

Documentación

Es necesario entregar la Solicitud de Admisión que encontrarás en nuestra web www.esden.es debidamente cumplimentada.

Junto a la solicitud es necesario entregar:

- Fotocopia del Título Académico o justificante de haberlo solicitado, si se ha finalizado la carrera; o Certificación académica de las materias cursadas y calificaciones obtenidas en cada una de ellas, si no ha terminado la carrera.
- Fotocopia del DNI.
- Dos fotografías tamaño carnet.
- Curriculum Vitae actualizado.

Entrevista personal

Tras la revisión de la documentación aportada, el proceso de admisión se completa con una entrevista personal con el Director de la Escuela que tiene como objeto contrastar las aspiraciones del candidato con las características del Master escogido.

En el plazo máximo de una semana tras la entrevista, se notificará el resultado del proceso de admisión.

Reserva de plaza

Una vez comunicada la admisión, los interesados deberán consolidar su plaza en un plazo de 10 días mediante el pago del 10% (590 €) en concepto de reserva. Esta cantidad será descontada del importe total del Master.

Director del master

Cándido Ruiz

Licenciado en Ciencias Económicas. Master en Dirección de Marketing. Consultor de empresas.

Claustro de profesores

Inés Mongillot

Licenciada en Derecho Económico. Master MBA Executive. Directora de Marketing Caja de Ahorros BBK.

José Vilches

Licenciado en Ciencias Empresariales. Master MBA. Director de Marketing de Navidul.

Begoña Vaquero

Licenciada en Publicidad. Master Europeo CRM. Marketing Relacional y Comercio. Directora de Marketing Grupo Santillana.

Daniel Gómez

Licenciado en Derecho. Master MBA. Master Programa de Desarrollo Directivo. Director de Marketing Directo en Grupo Santillana.

Patxi Alija

Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración. Director Técnico de APPEND Investigación de Mercados.

Javier Lizarraga

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología. Director Comercial General del Grupo CANDY Electrodomésticos.

Gabriel Olamendi

Licenciado en Publicidad. Consultor independiente de Marketing en Pymes.

Constanza Galean

Licenciada en Ciencias Económicas. Consultora independiente de Marketing.

Pablo Jiménez

Diplomado en Marketing. Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Director de Marketing de ALUMAFEL.

Mikel Elorduy

Licenciado en Filología Inglesa. Master de Marketing. Director Regional de FITNES FIRST España.

Antonio Mies

Licenciado en Ciencias Económicas. Master de Comercio Exterior. Product Manager Empresas de Consumo.

Características técnicas

Duración

El Master comienza en Noviembre de 2008 y finaliza en Julio de 2009. Una vez el alumno esté matriculado, se le proporcionará un usuario y una contraseña para acceder a la Plataforma Web, pero deberá seguir el calendario fijado por la Escuela.

Horario

El Master comienza en Noviembre de 2008 y finaliza en Julio de 2009. Una vez el alumno esté matriculado, se le proporcionará un usuario y una contraseña para acceder a la Plataforma Web, pero deberá seguir el calendario fijado por la Escuela.

Precio

5.900€

Formas de pago

Una vez admitida la solicitud del candidato, deberá abonar el 10% del coste del Master en concepto de Reserva de plaza. El resto se puede abonar de las diferentes formas:

- **Al contado.**
La primera semana del Master. 5.310 €
- **En cuatro plazos:**
 - Noviembre de 2008 - (1.327,50 €)
 - Diciembre de 2008 - (1.327,50 €)
 - Febrero de 2009 - (1.327,50 €)
 - Abril de 2009 - (1.327,50 €)
- **Financiado:**
La Caixa, Banco Santander Central Hispano y Caja Rural de Navarra

Nº de plazas

El Master tiene un máximo de número de plazas de 35 alumnos, las cuales se cubren por riguroso orden de inscripción.

Prácticas remuneradas en empresas

En ESDEN somos conscientes de la importancia que tiene para el alumno el contacto directo con la empresa. Por ello promovemos y garantizamos la realización de prácticas **remuneradas** para todos los alumnos que lo deseen.

En ellas, el estudiante se enfrenta a una situación real, con la posibilidad de trasladar la formación adquirida a sus tareas en la empresa.

Más de 500 empresas ubicadas por toda España colaboran con ESDEN. Muchas de ellas han encontrado en los alumnos de la Escuela los profesionales cualificados que estaban buscando.

Las prácticas están reguladas por un convenio de colaboración entre ESDEN y la empresa. Su duración oscila entre un mínimo de 3 meses y un máximo de medio año.

Desde el departamento de Orientación Laboral, apoyamos y orientamos la carrera profesional del alumno a través de la Bolsa de Trabajo y del área de Asesoramiento de Empleo.

Bolsa de trabajo

El alumno que ha concluido de forma satisfactoria su formación en ESDEN y las empresas que colaboran con la escuela, tienen a su disposición la Bolsa de Trabajo ESDEN. La escuela presta un servicio de enlace entre las organizaciones empresariales y los alumnos. En un plazo máximo de 48 horas, las firmas interesadas reciben currículums actualizados de nuestros alumnos, que además cuentan con experiencia laboral, al menos la realizada a través de la Bolsa de Prácticas ESDEN.

La Bolsa de Trabajo ESDEN se caracteriza por estar constantemente actualizada y en continuo movimiento. Los antiguos alumnos de ESDEN cuentan con este servicio desde el término de su formación en la Escuela hasta que ellos mismos consideren que su meta profesional ha sido alcanzada.

Asesoramiento de empleo

En esta área, se asesora al alumno sobre cualquier cuestión referente a la búsqueda de trabajo, desde cómo enfrentarse a un proceso de selección integral o cómo superar con éxito una entrevista de trabajo.

Empresas colaboradoras

A. MATEOS AMANN & ASOCIADOS	ABGAM GRUPO SEGULA	AC NIELSEN
ACCENTURE	ACERIA COMPACTA DE VIZCAYA	ACIERTTA
ADESA	AGRUPACIÓN	AGUAS DE SANTOLIN
AHUMADOS DEL NORTE	AIDE DE VALLADOLID	AJILON CONSULTORES
ALLIANCETT	ALUMAFEL	AMBICAL PROYECTOS DE A CORUÑA
ANALIZA CALIDAD DE BURGOS	APPEND INVESTIGACION DE MERCADOS	ARAGONESA DE PIENSOS
ARAIA OIL	ARDOLAN	ARRIETA Y CIA
ASEDIS GESTION	ASELACIS EMPRESAS	AUZO LAGUN SOCIEDAD
BANKOA	BILLABONG ESPAÑA	COOPERATIVA
BODEGAS ALTANZA	BODEGAS FAUSTINO	BOBINADOS ZAREL
BODEGAS RODA	BODEGAS SAN PRUDENCIO	BODEGAS FRANCO ESPAÑOLAS
BOMBARDIER TRANSPORTATION SPAIN	BOTICA DE LA ABUELA	BODEGAS ZUGOBER
CARNES SELECTAS 2000 DE CASTILLA-LA MANCHA	CARNICAS URDAKI	CALYTEC
CASA ECEIZA	CEGASA INTERNACIONAL	CARREFOUR
CENFORPRE	CGC, SOCIEDAD DE CONSULTORIA Y CLASIFICACION	CELIGÜETA
CLEAN BIOTEC	CNTA LABORATORIOS DEL EBRO	CIVITAS HOTELES DE ASTURIAS
COLLINS & AIKMAN	COMPAÑIA DE BEBIDAS PEPSICO	COCINA CENTRAL MAGÜI
CONSTRUDATOS INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	CONSULTORIA Y MERCADOTECNIA	CONSEJO REGULADOR VINOS DE MADRID
CYTALIA XI	DAIMLER CHRYSLER ESPAÑA	CTIC
DENBOLAN ETT	DONUTS CORPORATION	DELICASS SOCIEDAD DE ALIMENTACION
EMBUTIDOS ANGULO	EROSKI SOCIEDAD COOPERATIVA	EGAMASTER
EUROCHAMP	EUSKALTEL	EULEN
EXIS CONSULTING	FAGOR ELECTRODOMESTICOS	EVOBUS IBERICA
FLEXIPLAN ETT	FORUM SPORT	FLANKER
FUNDACION EDE	FUNDACION LEIA	FUNDACION AZTI
GAMESA DESARROLLOS AERONAUTICOS	GAMESA INDUSTRIAL AUTOMOCION	GALLETAS TEJEDOR
GLOBAL SALES SOLUTIONS	GOPI SA	GASTRONOMIA BASKA
GRUPO AFER	GRUPO ANTOLIN ARAGOSA DE CASTILLA-LA MANCHA	GRUPO ADECCO
GRUPO FRIAL	GRUPO GUASCOR	GRUPO BODEGAS Y BEBIDAS
GRUPO TAMOIN	HEREDAD UGARTE	GRUPO MCCANN
	HUICI LEIDAN DE NAVARRA	HITASA DE CORDOBA

Online

HOTEL CARLTON LA RIOJA	IKEA	IBERFRUTA - MUERZA DE NAVARRA
IBERMATICA	INVAC	INDUSTRIAS DIMO
INDUSTRIAS LACTEAS ASTURIANAS	JOHNSON DIVERSEY	IPARLAT Y LACTEOS DE NAVARRA
ITSAS NATURA	LABORATORIO BROMATOLOGICO	KALAMAZOO
LABANI DE ALICANTE	ARABA	LABORATORIO GALENO & VIDAL DE CASTILLA-LA MANCHA
LABORATORIOS VITAL	LAMINACIONES ARREGUI	LECHE PASCUAL
LEMONA INDUSTRIAL	LEROY MERLIN	LKS INVESTIGACION AVANZADA DE MERCADOS Y MARKETING
LKS SELECCIÓN Y FORMACION	LOREAL	MAKSER
MANPOWER TEAM	MARTINEZ BARRAGÁN DE CORDOBA	MATADERO MADRID NORTE
MECANER	MEDIA MARK	MEDICAL OPTICA
MIANCOR	MICHELIN ESPAÑA PORTUGAL	MICROAMBIENTAL
MIGUEL CARRERA Y CIA	MOORE STEPHENS	MULTIFOOD SOCIEDAD COOPERATIVA
NEIKER	NH HOTELES	NORTEMPO DE A CORUÑA
NOVOTEC CONSULTORES	OFITA	OSCAR G CONTROL
OVICANAL	PALACIOS ALIMENTACION	PAMPLONICA DE NAVARRA
PANDA SOFTWARE SPAIN	PEMCO ESMALTES	PEOPLE TRABAJO TEMPORAL
PREVENTIUM	PRIDESA	PRIMAYOR FOODS DE MURCIA Y ZARAGOZA
PRISMA GRUPO	PRODUMIX	QUESERÍAS DE ARAIA
RAMEL	RIESGO Y TRABAJO	ROM 25
SAUNIER DUVAL	SCHMIDT - CLEMENS SPAIN	SELECT RRHH ETT
SERTE RIOJA	SERUNION NORTE	SERVICIOS NORMATIVOS
SESASTART ESPAÑA	SEUR	SICA CAMPO DE GIBRALTAR DE CADIZ
SITTER 2000	SK2024	SOL MELIA DE ISLAS BALEARES
SOLMICRO	SUMOIL	SYNERGIE ETT
TECNOGOURMET	TUTTI PASTA DE NAVARRA	ULMA SOCIEDAD COOPERATIVA
UNILEVER FOODS ESPAÑA	UNION TOSTADORA	VEDIOR MANAGEMENT HOLDING ESPAÑA
VINAGRERIAS RIOJANAS	WARNER BROS	WORKERS CONSULTING ETT

Información y reservas

Si lo deseas puedes rellenar en nuestra Web www.esden.es la Solicitud de Admisión. También puedes comunicar telefónicamente con la Responsable de Admisiones:

Responsable de Admisiones Master On - Line:

Marian Silgo

msilgo@esden.es
28108 Alcobendas - MADRID
Tel.: 0034 - 91 - 476 - 99 - 66
0034 - 902 - 455 - 655

Horario: De Lunes a Viernes de 9.00 h a 17.00 h

Oferta formativa del 2008-09

Si lo deseas, puedes rellenar en nuestra Web www.esden.es la Solicitud de Admisión. También puedes contactar telefónicamente con nuestra escuela:

- **Master en Comunicación, Organización de Eventos y Protocolo** (Semipresencial)
- **Master en Dirección y Gestión de Comercio Exterior + Título Cambridge** (Semipresencial)
- **Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial**
- **Master en Dirección y Gestión de Hoteles**
- **Master en Dirección y Gestión de Hoteles** (Semipresencial)
- **Master en Gestión Integrada, Calidad, Medio Ambiente y Prevención** (Semipresencial)
- **Master en Investigación y Estudios de Mercado** (Semipresencial)
- **Master en Planificación y Gestión de Recursos Humanos**
- **Master en Planificación y Gestión de Recursos Humanos** (Semipresencial)
- **Master en Tecnología y Gestión de Calidad en Industrias Agroalimentarias** (Semipresencial)
- **MBA, Master en Dirección de Empresas**
- **MBA Executive + Título Cambridge**
- **MBA Executive + Título Cambridge** (Semipresencial)
- **Master en Moda y Diseño** (Semipresencial)
- **Master en Asesoría Fiscal** (Semipresencial)
- **Master en Bolsa** (Semipresencial)
- **Master en Logística** (Semipresencial)
- **Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial** (On-Line)
- **Master en Dirección y Gestión de Comercio Exterior + Título Cambridge** (On-Line)