

# Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Online

Centro Asociado:



Colabora:

append



**esden**

Escuela Superior de Negocios y Tecnologías

[www.esden.es](http://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](http://www.esden.es)

Madrid · Barcelona · Bilbao · Vitoria · Logroño

## Presentación de Esden

La misión de la Escuela de Negocios Esden 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.

Esden 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 Esden 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, Esden 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 Esden 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](http://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](http://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](http://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)