



Título oficial de Universidad EUDE México.

Reconocimiento de validez oficial de estudios.

Maestría en Marketing y Comercio Internacional (RVOE No.20220582)



**Más de 25 años formando
a los mejores líderes del mañana**

Maestría en
Marketing y Comercio Internacional

Una amplia propuesta académica, impartida tanto en **modalidad presencial como online**, contextualizada en un **entorno de aprendizaje eminentemente práctico, multidisciplinar y fuerte orientación hacia el negocio**, favoreciendo la certificación del alumno en las **principales soluciones operativas, tecnológicas y directivas e impulsando su empleabilidad en el sector empresarial**.

06

Compromiso EUDE

Nuestros pilares: Futuro, confianza, experiencia, empleabilidad, liderazgo y credibilidad

10

Ventajas

Accede a los mejores seminarios, las certificaciones tecnológicas más punteras y a jornadas de networking con los mejores profesionales

17

Profesorado

de la Maestría en Marketing y Comercio Internacional

09

Datos Clave

de la Maestría en Marketing y Comercio Internacional

11

Programa

de la Maestría en Marketing y Comercio Internacional

19

Programas expertos e Idiomas

Formación incluida con tu Maestría

EUDE

¿Quiénes somos?

EUDE Business School, una institución de formación de posgrado internacional, **reconocida por los principales rankings y medios internacionales**; con 25 años de trayectoria académica **formando a más de 100 mil alumnos, profesionales con experiencia laboral, emprendedores, y líderes con visión global** dispuestos a cambiar el mundo.

Las áreas académicas; **MBA, Marketing, Marketing Digital, Comercio Internacional, Logística, Recursos Humanos, Coaching, Finanzas, Medio Ambiente** y sus distintas modalidades de enseñanza; máster presencial en Madrid, máster online, o la combinación de ambas, **nos permite ofrecer alternativas adaptadas a las necesidades de los alumnos y sobre todo del mercado.**

Los Pilares de EUDE

Amplia oferta académica
especializada en el **ámbito empresarial**
y tecnológico con **orientación**
al negocio y énfasis
en el emprendimiento.

Conexión profesional,
a través de una **bolsa de empleo propia,**
talleres en grandes empresas
y seminarios con profesionales.

¿Qué es Compromiso EUDE?

01

EXPERIENCIA

Una **evolución académica superior a 25 años** ha contribuido a **formar más de 100 mil alumnos** de todo el mundo. Profesionales **con experiencia laboral, emprendedores, disruptores, innovadores y líderes con visión global** dispuestos a cambiar el mundo.

03

LIDERAZGO

Reconocida, por 5º año consecutivo, por el Ranking FSO como **una de las 10 mejores Business School**. **Más de 5.000 alumnos al año** procedentes de más de 30 países nos confían su carrera profesional

02

CONFIANZA

EUDE Business School está reconocida como **una de las más destacadas escuelas a nivel internacional** por medios tan prestigiosos como **Financial Times** y los **principales rankings internacionales**. Estos avalan y posicionan a **EUDE** en los **primeros puestos en formación de posgrado**.

04

EMPLEABILIDAD

Nuestro equipo de Orientación Profesional te ayudará a **impulsar tu carrera profesional**. Contamos con **más de 1.200 convenios con empresas nacionales e internacionales** en las que podrás desarrollarte día a día.

Calidad Académica Certificada

Las principales certificadoras independientes a nivel nacional e internacional acreditan la **calidad académica e institucional** de EUDE Business School.



Forbes

EUDE ha sido elegida por **el medio de referencia global en negocios y finanzas**. Una **alianza de futuro** para los próximos líderes mundiales.

FT FINANCIAL
TIMES

El **MBA online de EUDE** considerado **entre los mejores del mundo** según el prestigioso diario económico **Financial Times**.



El **MBA de EUDE** está reconocido como uno **de los mejores** de habla hispana en el **Ranking (FSO)** a **nivel europeo**.

HAMILTON
GLOBAL INTELLIGENCE

EUDE considerada como **una de las mejores escuelas de negocio** de habla hispana por la consultora independiente **Hamilton**.



Datos clave

Maestría en Marketing y Comercio Internacional

Comienzo del Máster
Consultar con tu asesor
académico

Contenido online
Campus Virtual.

Asistencia al
Acto de Graduación
en Madrid (España)
No incluido. Opcional

1.598 h.
98 créditos SEP (Méjico)
18 meses.

Especialidades
Elige complementar tu Máster
con más de 25 especialidades.



Título oficial de Universidad EUDE México + título europeo propio EUDE Business School. Reconocimiento de validez oficial de estudios. Reconocimiento de validez oficial de estudios. Marketing y Comercio Internacional (RVOE No.20220582)

Acceso al PDDI
(Programa de Desarrollo Directivo
Internacional)

7 idiomas
(Inglés, Francés, Italiano, Alemán,
Chino, Español y Neerlandés).

01 VISIÓN GLOBAL

Enfoque estratégico e innovador de Marketing para empresa. Desarrollo de modelos de negocios, orientación al emprendimiento y creación de start-ups.

02 MARKETING ORIENTED

Neuromarketing, CRM, Investigación de mercados. Herramientas digitales para generar engagement.

03 INTERNACIONALIZACIÓN

Internacionalización de los negocios. Desarrollo de estrategias de exportación y su implantación

04 Nuevas Tecnologías 2.0

Nuevas tecnologías 2.0 aplicadas al mercado exterior para las necesidades que tiene la empresa para internacionalizar su mercado.

1	2	3	4
Dirección de Marketing	Investigación de Mercados	Marco Legal Laboral	Comportamiento del Consumidor y Neuromarketing
5	6	7	8
Estrategias de Producto y Precio	Marco Legal Mercantil	Estrategias de Comunicación	Mezcla de Marketing Digital
9	10	11	12
Posicionamiento Estratégico	Planeación de Negocios	Distribución Comercial y Logística	Dirección Comercial y Marketing Relacional
13	14	15	16
Plan De Marketing y Comunicación Empresarial	Administración y Desarrollo de Negocios	Marketing Internacional	Estrategias de Exportación e Internacionalización
17	18		
Transporte y Contratación Internacional	Evaluación de Negocios		

**1****DIRECCIÓN
DE MARKETING**

Identificar la importancia del desarrollo de estrategias y planificación de productos o servicios mediante el análisis del contexto de la industria o la empresa en la que opera la organización para llegar al segmento de clientes deseado.

- Marketing estratégico: Orientado al cliente.
- Segmentación de Mercados.
- Análisis del Entorno y su Influencia en la Empresa.
- Análisis DAFO como Herramienta Clave del Marketing Estratégico.
- Posicionamiento de Mercado.
- Branding.

2**INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS**

Aplicar estrategias de evaluación cualitativa y cuantitativa que fundamentan la toma de decisiones para la solución de problemas dentro del campo de la comunicación para el desarrollo organizacional, generando las estrategias aplicables a diferentes contextos de la actividad de la empresa.

- Proceso de Investigación de Mercados.
- Etapas en el Proceso de Investigación de Mercados.
- El Muestreo.
- Instrumentos.
- Análisis de la Información y Resultados.
- Tipos de Análisis para la Toma de Decisiones en Investigación
- Estudio y Selección de Decisiones.

3 MARCO LEGAL LABORAL

Analizar la aplicación de los conceptos fundamentales del Derecho del Trabajo en la normatividad que rigen en las organizaciones, sus implicaciones en las responsabilidades y obligaciones de las personas y la empresa, elaborando propuestas para su correcta vigilancia y aplicación.

- Derecho Procesal del Trabajo.
- Relaciones Individuales de Trabajo.
- Condiciones De Trabajo.
- Derechos Y Obligaciones De Los Patrones Y Trabajadores.
- Relaciones Colectivas De Trabajo.
- Riesgos de Trabajo.

5 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y PRECIO

Desarrollar e implementar planes de marketing digital con énfasis en la estrategia de producto y precio, a partir del análisis situacional del entorno, la mezcla de mercadotecnia, la creación de precios en la red, las políticas internas y la normatividad vigente, para contribuir al logro de los objetivos organizacionales y a una posición competitiva en el ámbito nacional e internacional.

- Dimensiones del producto individual.
- El producto en su ciclo de vida.
- Decisiones sobre el mix de producto.
- Pricing: El Precio del Producto.
- La Estrategia en la Fijación de Precios.
- Marco Actual del Pricing.

4 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y NEUROMARKETING

Distinguir las características de los consumidores en los espacios convencionales y digitales, valorando las bases del neuromarketing y sus explicaciones para diferenciar y establecer patrones de compra, generando estrategias de mercadotecnia que impacten en su toma de decisiones de consumo.

- Bases Científicas del Neuromarketing.
- Técnicas para el Estudio de Neuromarketing.
- Influencia de la Publicidad en el Cerebro del Consumidor.
- Neuromarketing Dirigido.
- Factores de influencia en el comportamiento del consumidor.
- El proceso de decisión de compra.
- Las estrategias de decisión.

6 MARCO LEGAL MERCANTIL

Analizar los conceptos jurídicos mercantiles y comerciales de una empresa, delimitando estrategias para la correcta aplicación de la normativa local, nacional e internacional del Derecho Mercantil en transacciones que beneficien a la organización y a los colaboradores.

- Generalidades.
- Acto de Comercio.
- Sujetos del Derecho Mercantil.
- Sociedades Mercantiles.
- Títulos Y Operaciones De Crédito.



7 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Aplicar las herramientas metodológicas y técnicas para la generación de una propuesta de estrategia de comunicación integral, determinando sus perspectivas de éxito al definir sus procesos de valoración y seguimiento temporal y virtual.

- Comunicación Above The Line.
- El proceso Publicitario.
- El plan de Medios.
- ¿Qué es la Comunicación Below The Line?
- Herramientas de Comunicación BTL.
- Medición y análisis de resultados.

8 MEZCLA DE MARKETING DIGITAL

Distinguir las características y la metodología que exige una campaña exitosa de marketing estratégico, generando una propuesta específica conforme al estudio de un caso.

- El Marketing Estratégico en Internet.
- El Producto y el Precio en Internet.
- La Distribución en Internet.
- La Promoción en Internet.

9 POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Analizar los medios sociales mediante técnicas de SEO, así como de SEM para optimizar los espacios de la marca, en redes sociales, blogs, foros, perfiles sociales, marcadores sociales, sistemas de geolocalización y plataformas de video, entre otros, para lograr la identificación del impacto de las acciones de marketing desarrolladas, elaborando una propuesta de posicionamiento para un caso específico.

- Los distintos buscadores: más allá de Google.
- El trabajo SEO
- Herramientas de análisis y mejora
- Marketing de Buscadores
- Google Adwords
- Herramientas SEM
- Social Media
- Principales Redes Sociales
- Community Manager
- Reputación Corporativa Online
- Social Media Strategy

10 PLANEACIÓN DE NEGOCIOS

Valorar los factores de oportunidad y riesgo en la planeación e implantación de proyectos de negocios, generando una propuesta de empresa conforme al diagnóstico de las potencialidades de los sectores dentro de un contexto determinado.

- Plan de Negocio.
- Plan Jurídico-Legal.
- Plan de Marketing.
- Plan de Producción y Operaciones.
- Plan Económico-Financiero.
- Plan Estratégico de la Compañía.
- Plan de Contingencias.

11 DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA

Elaborar una estrategia de logística y distribución internacionales, determinando oportunidades para abatir los costos de embalaje, almacenaje y transporte de mercaderías para incrementar la competitividad de los productos de la empresa en los mercados nacionales e internacionales.

- La Distribución Comercial.
- Estrategias en la Intermediación Comercial. Selección del Canal.
- Logística.
- Las actividades logísticas.
- Supply chain management (SCM).

12 DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING RELACIONAL

Elaborar un plan de marketing relacional para su desarrollo en mercados específicos, estableciendo las condiciones y características requeridas para su realización conforme a la selección de un producto o servicio que permita resaltar las ventajas competitivas de la empresa en la economía de la globalización, así como el uso intensivo de las innovaciones tecnológicas enfocadas al cliente.

- Dirección Comercial.
- Políticas de captación, formación y capacitación.
- La negociación comercial.
- Marketing de clientes.
- Tipos de cliente y evolución.
- Satisfacción del cliente como base para el Marketing Relacional.

13 PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Aplicar las herramientas metodológicas y técnicas para la generación de una propuesta de plan marketing y comunicación empresarial, determinando sus perspectivas de éxito al definir sus procesos de valoración y seguimiento temporal y virtual.

- Decisiones estratégicas y utilidad del plan de marketing.
- El análisis de situación y del entorno.
- El establecimiento de objetivos y estrategias.
- Evaluación e implantación de la estrategia.
- Herramientas de apoyo a las decisiones y presentación del PDM.
- La comunicación en la empresa.
- La dirección de la comunicación en la empresa.
- Los instrumentos de la comunicación en la empresa.
- Evaluación de un plan de comunicación en la empresa.

15 MARKETING INTERNACIONAL

Desarrollar un plan de mercadotecnia internacional que posicione a un producto o servicio, respaldados por la fundamentación socioeconómica y cultural, los procedimientos legales y administrativos en materia internacional.

- El comercio como primera actividad humana.
- Internacionalización.
- Marketing.
- Selección del mercado exterior.
- Penetración en mercados extranjeros.
- El producto: su adaptación a nuevos mercados.
- El precio internacional.
- La distribución en mercados extranjeros.
- La promoción internacional. El valor de la comunicación en los procesos de externalización.

14 ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

Determinar los factores técnicos mínimos de la administración de negocios, generando la solución a casos específicos conforme a diferentes contextos de desarrollo social y económico.

- Aspectos Preliminares del Plan De Negocio.
- Presentación del Proyecto.
- Plan de Marketing.
- Plan de Producción y Compras.
- Organización y Recursos Humanos.
- Área Jurídico-Fiscal.
- Área Económico Financiera.

16 ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Analizar los factores determinantes de una estrategia de exportación e internacionalización desde el campo de la mercadotecnia, precisando los indicadores económicos, los riesgos administrativos, las exigencias comunicacionales para lograr el posicionamiento de la empresa, elaborando sugerencias de estrategias fundamentadas en la solución de casos prácticos.

- Geopolítica y Negocios Internacionales.
- Investigación de un Mercado Internacional.
- Planificación de una Investigación Comercial.
- Penetración en Mercados Internacionales.

Elaborar una estrategia de logística y distribución internacionales conforme a las particularidades el transporte utilizado, determinando oportunidades para abatir los costos de embalaje, almacenaje y transporte de mercaderías para incrementar la competitividad de los productos de la empresa en el mercado internacional.

- Transporte terrestre por carretera.
- Transporte terrestre por ferrocarril.
- Transporte aéreo.
- Transporte marítimo.
- Transporte multimodal.
- Contratación Internacional. Aspectos formales, sustantivos y contenciosos.
- Requisitos básicos del contrato.
- El Contrato de Compraventa Internacional de Mercancías.

Diagnosticar las condiciones de negocio de las empresas conforme a sus trayectorias y contextos, aplicando las técnicas básicas de evaluación y delimitación de riesgo para generar reportes técnicos conforme a casos específicos.

- Resumen Ejecutivo.
- Estudio de Mercado.
- Descripción Comercial y Técnica.
- Plan de Compras.
- Estructura Organizativa.
- Marco Legal.
- Evaluación Del Riesgo.

Profesorado

**D. Juan Díaz del Río Jáudenes***Director Académico y Director MBA***D. Carlos Viera Estarás***Director del Máster en Marketing Digital*

Ha sido Subdirector del Área de Operaciones en AUNA Telecomunicaciones (actual ONO) y Director Ejecutivo del Programa Intensivo de Dirección de Empresas (PIDE) en la escuela de negocios del Instituto Internacional San Telmo. Académicamente hablando es coautor del libro "Distribución Comercial Aplicada" y ha sido profesor de Distribución Comercial, Planificación Estratégica Gestión Comercial en la Universidad de Málaga.

Director de Marketing y Ventas en Estrenos 21. Gestión comercial, marketing y comunicación de la web decine21.com. Coordinador departamento Social Media. Experto en plataformas de email marketing. Dirección de la cuenta Springfield (CorteFiel) Product Manager de revistas Movistar Imagenio (Telefónica). Partner Oficial en España de HOOTSUITE. Gestión de clientes (opción Enterprise) e impartición de formación para conocer la plataforma a agencias y grandes cuentas.

**Dña. Silvia López Armas***Directora del Máster en Marketing y Dir. Comercial*

Profesional de Marketing, Publicidad y Comunicación en activo desde 1998, con experiencia de más de 14 años en distintas empresas de distribución. Profundo conocimiento del sector de la distribución nacional e internacional gestionando marcas líderes como PANDORA, CASIO, TOMMY HILFIGER, TECHNOMARINE, LACOSTE o HUGO BOSS. Dominio de los idiomas inglés y francés, además de conocimientos de alemán, que facilitan la interacción y comunicación internacionales.

**D. Samuel Pérez***Coordinador Máster en Marketing Digital*

Más de 15 años de experiencia en Marketing online. SEM, SEO, SMM, ecommerce, desarrollo de negocio online y estrategia. Creación y ejecución del plan de marketing Nacional e Internacional (B2B / B2C). Desarrollo y gestión de las webs corporativas y ecommerce. Acciones de Email MK, Adwords, SEO, ferias, materiales de marketing, gestión de perfiles en Social Media, métricas y optimización de la experiencia de usuarios tanto en los entornos web como de smartphones.

**Dña. Beatriz Vizcaíno***Director del Máster en Marketing Digital*

Certificación Microsoft Dynamics CRM. MBA.

Master en marketing digital y comercio electrónico. Grado en Publicidad y RRPP ESIC Pozuelo Especialista en marketing y comunicación de moda y lujo. Responsable, perfeccionista y con iniciativa. Acostumbrada a trabajar en entornos internacionales. Nativa digital y social media. Curso certificación de Google Adwords. Marketing y comunicación de moda y lujo. UCM/ELLE

**D. Carlos Márquez Carpio***Director del Máster en Marketing Digital*

Jefe T. Departamento de Explotación. Mantenimiento y Explotación M-30 (EMESA). Civil Engineer. Ines Ingenieros Consultores. EUDE Business School. International Relations Manager. Cocesa S.L. JEFE DE GRUPO.



Programas expertos

Maestría en Marketing y Comercio Internacional

HABILIDADES DIRECTIVAS

El desarrollo de habilidades sociales, el liderazgo, las habilidades comunicativas, la inteligencia emocional y el dominio de los pilares fundamentales del entorno digital tienen una importancia vital hoy en día. EUDE incorpora al programa una serie de módulos formativos que te aportarán un gran valor a nivel profesional y, por supuesto, también a nivel personal. Comprobarás de inmediato los resultados .

1 **Experto en Inteligencia Emocional**

Saber manejar nuestras emociones de forma que nos ayuden a comportarnos como deseamos.

2 **Experto en Programación Neurolingüística:**

Poder organizar el mundo tal como lo percibimos y mediante nuestros sentidos.

3 **Experto en Oratoria, Influencia y Persuasión**

Saber cómo estructurar la información, comunicación de forma creativa, coherente, concisa y con un hilo conductor claro.

4 **Experto en Usabilidad y Experiencia de Usuario**

Construir mapas de web dentro de una correcta arquitectura web y hacer análisis correctos de medición.



Idiomas

Tu Máster incluye el aprendizaje de 8 idiomas.

EUDE Business School te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez.

Elige entre: **Inglés, Francés, Español, Italiano, Portugués, Alemán,**

Chino y Neerlandés. Dispondrás de la mejor formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

Formación en idiomas

Nuestro programa de aprendizaje de idiomas ofrece soluciones que se adaptan a todas las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes: desde alumnos con exposición limitada a idiomas, a aquellos de nivel intermedio y avanzado que desean mejorar sus resultados académicos y prepararse para el mundo profesional.

Desde EUDE creemos firmemente en la formación 360°, queremos que todos nuestros alumnos de master tengan un recurso adicional que les permita mejorar o complementar con una formación de un idioma con uno de los mejores métodos que existen en la actualidad en la formación online de Idiomas, ponemos a disposición del alumno una potente herramienta durante su formación para que aprovecha al máximo el tiempo que cursa en nuestra institución.

#Talent



EUDE Business School es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral.

Gracias a los acuerdos que EUDE mantiene con grandes empresas, se ha logrado que el 95% de sus alumnos encuentren trabajo o mejoren su situación laboral.



Cristina Rosal

Alumna de Máster en MBA

"Si tuviera que elegir, volvería a repetir esta aventura y realizar este máster. Está cumpliendo con todas mis expectativas, y sin duda, estoy viviendo una experiencia profesional y personal muy enriquecedora"



Partners Internacionales en Educación

EUDE Business School tiene un marcado carácter internacional potenciando la internacionalización para lograr un enriquecimiento de la calidad académica de sus programas. En esta línea, desde EUDE se busca colaborar con las Instituciones de Educación Superior con el objetivo de reforzar sus líneas de Internacionalización, dando respuesta a la demanda de los alumnos y a los lineamientos establecidos por las autoridades gubernamentales en materia de Educación de cada país.

EUDE Business School en unión con las Instituciones de Educación Superior promueve un Programa de Buenas Prácticas en Internacionalización. Este programa responde a una necesidad planteada por las Universidades para fortalecer su Internacionalización, pretendiendo dar respuesta a cada uno de los lineamientos establecidos en el cumplimiento de los estándares de acreditación de alta calidad.



Partners corporativos

EUDE Business School trabaja con más de 1.200 empresas nacionales e internacionales, con el objetivo de potencializar el desarrollo de los alumnos y empujar su trayectoria profesional.

Nuestros alumnos conforman un capital humano muy heterogéneo, compuestos por perfiles junior, senior y executive, preparados para incorporarse a los distintos departamentos de empresas demandantes de este tipo de recursos. El 95% de nuestros alumnos mejora su situación laboral.

En **EUDE Business School** no solo nos preocupa tu formación académica, queremos que te conviertas en un líder dentro del mercado.



MEDIASET ESPAÑA.



#Talks



En **EUDE Business School** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. El programa se completaría con la oferta voluntaria de al menos 4 visitas a empresas tecnológicas punteras a lo largo del curso académico, acompañados por el director del programa y miembros del claustro académico. Por ello, como complemento a la formación de posgrado ofrece conferencias y eventos con líderes de empresas a nivel internacional que les permite ampliar sus conocimientos y enriquecer su networking desde el primer día.



Miguel Rodríguez & Alba Díaz
Conferencia Google

Miguel Rodríguez, Account Manager Google Large Customer Sales y Alba Díaz, Performance Specialist de Google, compartieron todas las innovaciones y propuestas tecnológicas que están preparando desde la compañía.



Fernando Moroy
Consultor financiero e Innovación Digital

EUDE Business School celebró su Innovation & Business Month. Un ciclo de conferencias en el que grandes profesionales del sector hablaron sobre emprendimiento, innovación y negocios. Fernando Moroy, Consultor financiero Fintech e Innovación Digital en banca, fue el encargado de impartir la segunda conferencia en la que expuso cómo interviene la financiación en el proceso de emprendimiento y qué factores son decisivos para alcanzar el éxito.



Juan Villanueva
*Socio Director
Darwin Social Noise up*

EUDE Business School celebró su Innovation & Business Month. Un ciclo de conferencias en el que grandes profesionales del sector hablaron sobre emprendimiento, innovación y negocios. Juan Villanueva Galobart, Socio Director de Darwin Social Noise Up fue el responsable de la tercera sesión en la que abordó las estrategias de marketing centradas en el modelo startup.

Campus presencial

En el centro de Madrid está ubicada la sede principal de **EUDE Business School**, punto de encuentro de líderes de diversas partes del mundo. Lugar donde, además, se llevan a cabo conferencias, eventos, seminarios y charlas concebidas exclusivamente para que nuestros alumnos puedan enriquecer su networking desde el primer día.

Más de 9,000m² distribuidos entre aulas, zonas comunes, salas de estudio y espacios de co-working. Un complejo pensado para el uso y disfrute de los profesionales que desarrollan sus estudios superiores en nuestra escuela. El acceso al campus tiene conexiones directas de transporte público (estaciones de metro, autobuses y taxis).

Campus virtual

EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología online de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación online del mundo. La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online.

A close-up, slightly blurred photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The hands are positioned on the center and right side of the keyboard, with fingers pressing keys. The background is dark and out of focus, creating a professional and focused atmosphere.

De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible. No estarás solo durante tu formación. Asiste a nuestras sesiones presenciales virtuales en directo con los docentes más expertos y comparte la experiencia con tus compañeros. Desarrolla tus habilidades comunicativas. Deja que nuestro equipo de orientadores, tutores y docentes te asesoren.

Además de poder acceder a una Biblioteca Virtual con más de 10.000 títulos de consulta desde artículos científicos, revistas, novelas, estudios. Todas las fuentes bibliográficas indispensables para cada especialidad, sin restricciones y de forma rápida.



CAMPUS MADRID

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE.
28033. Madrid, España.
(+34) 91 593 15 45

DELEGACIÓN COLOMBIA

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC,
+57 1 5085740
+57 1 5085741

DELEGACIÓN ECUADOR

C/Catalina Aldaz y Portugal , Edificio La Recoleta,
Oficina 71. 7mo piso Quito
593 2 4755550