

#WEARE**EUDE**



EUDE

EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

LÍDERES CON VISIÓN GLOBAL

MBA - Especialidad en Marketing Sanitario

ONLINE / ONLINE + 15 DÍAS EN MADRID

¿Quiénes somos?

La Escuela Europea de Dirección y Empresa, es 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.

25 años

Formando a grandes personas, ejecutivos y emprendedores



El *networking* con grandes empresarios e importantes líderes internacionales

100 mil

Líderes de muchas partes del mundo formados en nuestra Escuela



Escuela de Negocios Número 1 en España en másteres *online*

95% empleabilidad

Convenio con + 1.200 empresas nacionales e internacionales



Considerado entre los mejores másteres *online* por el Listing Financial Times

Rankings

EUDE Business School está reconocida como una de las más destacadas escuelas de negocios 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.

Gracias al equipo de docentes y grandes líderes que comparten sus conocimientos y experiencias profesionales con los alumnos, EUDE se posiciona por 4º año consecutivo como una de las 10 mejores escuelas de negocio de habla hispana en el Ranking FSO 2018.

TOP 5

EUDE BUSINESS SCHOOL



MBA reconocido como uno de los mejores de habla hispana en el ranking 2018 a nivel europeo

HAMILTON
GLOBAL INTELLIGENCE



**FINANCIAL
TIMES**



Datos Clave

**Modalidad:**

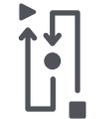
Online / online + 15 días
en Madrid

**Horario y Duración:**

Flexible/ 1,500 h = 60 créditos ECTS
Especialidad en Marketing Sanitario:
2 meses

**Fechas de inicio:**

Convocatorias mensuales

**Metodología:**

Clases Teórico - Prácticas
Contenido online - Campus Virtual

**Formación Complementaria:**

4 Programas Expertos
7 Idiomas

**Ubicación:**

Campus Virtual de
EUDE Business School





Ventajas

CRECIMIENTO PERSONAL



Habilidades y aptitudes necesarias para liderar, dirigir y emprender un negocio.

EVOLUCIÓN PROFESIONAL



Transición de lo técnico a la dirección empresarial.

ACELERADOR DE EXPERIENCIA



MBA de EUDE equivale a 8 años de experiencia profesional.

VISIÓN 360 DE LA EMPRESA



Conocimiento de todos los ámbitos de la empresa y desarrollo de negocio.

RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL



El MBA de EUDE destaca por 4º año consecutivo como uno de los mejores a nivel mundial en el Ranking FSO.

El Máster en Administración y Dirección de Empresas – MBA es un intenso camino de desarrollo y transformación personal y profesional que te prepara para afrontar con éxito todos los desafíos que puedas encontrar dentro y fuera de una empresa. La globalización y la digitalización de los negocios exigen una renovación en los directivos; nuevas formas de aprender, nuevas habilidades que les permitan liderar las organizaciones de hoy y del futuro.

El MBA de EUDE está pensado y diseñado para formar directivos multidisciplinares, que sean capaces de desenvolverse con éxito en distintas áreas en un entorno empresarial rápido y cambiante y con una visión global del mundo alineado con las necesidades actuales de las empresas.

El programa de MBA va dirigido a profesionales con experiencia, que cuestionan el pensamiento convencional y buscan un desafío tanto personal como profesional. Personas que quieran impulsar su carrera directiva adquiriendo las herramientas y conocimientos necesarios para triunfar en el cambiante entorno empresarial actual.

Nuestra visión globalizada del mundo y de los negocios hace que la formación que recibas tenga una perspectiva internacional, un aspecto indispensable dentro del entorno empresarial. Podrás desarrollar todo tu potencial y adquirir nuevas habilidades, aprender e interactuar con directivos de empresas internacionales ampliando tus conocimientos y enriqueciendo tu Networking desde el primer día.



CREAR UN PROYECTO DE MARKETING DENTRO DEL SECTOR SANITARIO

Centrado en la gestión de la imagen, la identidad y comunicación corporativa

Como complemento al programa de Máster, en **EUDE Business School** te ofrecemos la oportunidad de especializarte en los sectores más demandados. Una formación complementaria pensada y adaptada al mundo laboral que te prepara para afrontar con éxito cualquier reto en tu carrera profesional.

El **entorno digital**, la evolución en los modelos de negocio y los cambios en el mercado exigen una continua ampliación de conocimientos y habilidades. Las empresas buscan perfiles multidisciplinares que sigan las tendencias del sector y sean capaces de liderar el cambio.

La **Especialidad en Marketing Sanitario** te brinda los conocimientos y herramientas necesarias para crear y liderar con éxito un Proyecto de Marketing dentro del sector sanitario centrado en la gestión de la imagen, la identidad y comunicación corporativa y la experiencia de cliente centrada en el nuevo E-Paciente.



Programa de estudios

ÁREAS DE CONOCIMIENTO DEL MBA

1. Dirección y Organización de la Empresa
 2. Estrategia de la Empresa
 3. Dirección de Recursos Humanos
 4. Dirección de Marketing y Gestión Comercial
 5. Dirección Financiera
 6. Comercio Exterior
 7. Dirección de Operaciones, Logística y Calidad
 8. Gestión de la Innovación y la Tecnología en las Organizaciones
 9. Eficiencia Directiva
 10. Aspectos Legales
- Proyecto fin de máster

Duración del Máster: 1.500 h

ESPECIALIDAD EN MARKETING SANITARIO

01. Segmentación, posicionamiento, captación y fidelización
02. Gestión Integral de la Marca y la Comunicación Corporativa
03. Comunicación Sanitaria
04. El nuevo e-Paciente y el Hospital líquido



01. Dirección y Organización de la Empresa

Objetivo:

El objetivo de esta área introductoria al MBA es conocer las características propias de la empresa mercantil, a diferencia de otro tipo de organizaciones, abordando aspectos cruciales en la configuración y en el adecuado funcionamiento y gobierno de la empresas como son la apropiada elaboración de la Misión, Visión y Valores de una empresa, la filosofía, la influencia de la cultura empresarial y la gestión de los cambios organizativos.

Otro objetivo a tratar es la importancia del liderazgo en toda organización, dado que hoy más que nunca los mercados requieren empresas bien gestionadas, pero sobre todo bien lideradas.

Al finalizar esta área de conocimiento, el alumno habrá sido capaz de tener una visión realista de las empresas en el entorno actual, conocer y crear la estructura organizacional que el negocio necesita, conocer diferentes estilos de dirección y liderazgo, su influencia en los resultados económicos de la empresa así como el papel de la Dirección General en el gobierno de la empresa de negocios.

Contenido:

- » La empresa en el entorno actual.
- » La cultura organizacional y su impacto en la empresa.
- » Estilos y modelos en la dirección.
- » Estructuras organizativas.
- » La gestión de los cambio en las empresas.
- » Política de empresa. La función del Director General. Aspectos claves en la dirección de empresas.ampliación de la documentación y aplicación.

02. Estrategia de la Empresa

Objetivo:

El objetivo de los módulos de estrategia es trabajar de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnosticar, definir, implantar y controlar la estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme a las circunstancias del mercado en su conjunto.

Al finalizar estos módulos el alumno estará capacitado para:

- » Identificar criterios y desarrollar la metodología necesaria para crear y poner en acción la estrategia que la empresa necesita.
- » Desarrollar la estrategia más adecuada según el comportamiento y situación del sector donde se compite.

- » Elaborar ventajas competitivas que permitan la diferenciación de la empresa frente a los competidores.
- » Saber gestionar la implantación de la estrategia elegida.
- » Conocer el funcionamiento y la utilidad del Cuadro de Mando Integral como herramienta de control de la estrategia empresarial.

Contenido:

- » Función de la estrategia en el desarrollo del negocio.
- » Objetivos estratégicos de la empresa.
- » El proceso estratégico.
- » Ventajas competitivas de las empresas.
- » Análisis estratégico en la dinámica de la gestión empresarial.
- » Implementación de la estrategia.
- » El Cuadro de Mando Integral.

03. Dirección Estratégica del Capital Humano

Objetivo:

El propósito fundamental de esta área de conocimiento es que el estudiante conozca el papel que juegan las personas dentro de las organizaciones. A partir de esta premisa se revisa el desarrollo y los elementos constitutivos de la disciplina que hoy se conoce indistintamente como "Recursos Humanos", "Capital Humano" o "Gestión de Personas".

Se describirán los principales procesos asociados a esta disciplina, concluyendo en el proceso integrativo que el Director de Recursos Humanos ha de tener con el resto de las áreas funcionales de la empresa.

Al finalizar esta área el alumno:

- » Conocerá los elementos constitutivos propios de la Dirección de Recursos Humanos.
- » Desarrollará las estrategias de gestión de las personas a partir del plan estratégico corporativo.

- » Aprenderá a identificar el valor que cada persona tiene respecto a las tareas que desarrolla en una empresa y el papel que cumple su integración en la misma.
- » Describirá las principales tareas asociadas a los procesos propios de la Dirección de Recursos Humanos.

Contenido:

- » Escenario y organización del capital humano en las organizaciones.
- » Enfoque estratégico de la Dirección del Capital Humano.

04. Dirección de Marketing, Gestión Comercial y Marketing Digital.

Objetivo:

En esta área se transmitirá la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos y, la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing y estratégicas de la compañía.



También se analizarán las estrategias de Marketing Operativo necesarias para poder poner en práctica Planes de Marketing y se introducirá la importancia del Marketing Digital, en particular, la necesidad de planificar estrategias de Social Media adecuadas y nociones básicas de SEO/SEM.

Además, se profundizará en la importancia que tiene la gestión comercial y el liderazgo de los equipos comerciales para la consecución de los objetivos de toda organización y, la de establecer estrategias eficaces para la fuerza comercial.

El alumno al finalizar el estudio de esta área estará capacitado para:

- » Comprender y llevar a la práctica una apropiada segmentación de mercados.
- » Analizar el entorno desde una perspectiva comercial y de marketing.
- » Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa.

- » Analizar la reputación corporativa.
- » Desarrollar Planes de Marketing.
- » Plantear estrategias de comunicación digital adecuadas.
- » Valorar la importancia de la gestión y el liderazgo de equipos comerciales.
- » Aplicar estrategias que le permitan seleccionar, incentivar y motivar a la fuerza de ventas.

Contenido:

- » Marketing estratégico.
- » Imagen, marca y reputación.
- » Marketing operativo. Estrategias de producto, precio, comunicación y distribución.
- » Plan de Marketing. Ejecución y control de actividades.
- » Estrategias de Marketing Digital: Community Management y SEO/SEM
- » Sistemas de dirección comercial.
- » Plan de acción comercial.
- » Gestión eficaz del cliente.
- » Plan de ventas y su integración en el Plan de Marketing.

05. Dirección Financiera

Objetivo:

Las Finanzas constituyen una parte esencial de cualquier MBA, porque hoy es crítico para cualquier empresa contar con directivos que sepan generar alternativas y tomar decisiones en clave económico-financieras y prever sus repercusiones para la empresa en su conjunto.

Independientemente de la formación y de la experiencia profesional previa, el alumno al finalizar esta área estará capacitado para:

- » Entender el papel de las finanzas en la toma de decisiones empresariales.
- » Entender el papel de la contabilidad como herramienta para la toma de decisiones.
- » Comprender y analizar de manera eficaz un balance y una cuenta de resultados.
- » Analizar cuáles son las principales fuentes de la información financiera.
- » Gestionar financieramente un proyecto empresarial independiente.

- » Seleccionar las inversiones cuando el presupuesto es limitado o cuando los proyectos no pueden desarrollarse de forma simultánea.
- » Valorar proyectos de inversión y empresas.
- » Entender el papel de las finanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa y garantizar su supervivencia.

Contenido:

- » Gestión contable. Análisis del patrimonio social. Cuentas patrimoniales. Cuentas anuales. Normativa contable internacional y normativa contable nacional.
- » Finanzas Operativas y Estructurales.
- » Análisis financiero de la empresa. Indicadores de diagnóstico financiero. Ratios financieros.
- » Evaluación y selección de inversiones y valoración de empresas. Metodologías.
- » Finanzas corporativas, valoración de deuda y de la renta variable.
- » Valoración de proyectos. Valoración de proyectos de inversión.
- » Instrumentos de financiación de la empresa.

06. Comercio Exterior

Objetivo:

La madurez de los mercados nacionales ha obligado a las empresas a buscar nuevos horizontes, nuevos clientes, nuevos mercados, es decir, salir al exterior, convirtiendo la internacionalización en una necesidad no sólo para las grandes empresas sino también para las PYMES. Esta salida al exterior requiere de unos conocimientos muy concretos para no errar en el intento puesto que, errores en este campo pueden resultar muy caros para la empresa en su conjunto.

Al finalizar los módulos de comercio exterior el alumno habrá tenido ocasión de conocer de una forma práctica y cercana cómo se gestiona el negocio internacional de la empresa y sus implicaciones; su operativa, los medios de cobro, las necesidades de financiación para la empresa y los proyectos, los riesgos básicos que existen y las particularidades y tipologías de los contratos más habituales.

Contenido:

- » El comercio exterior y su implicación en el plan estratégico de la empresa.
- » Gestión Operativa del negocio internacional.
- » El comercio exterior y su implicación en el plan estratégico de la empresa.
- » Gestión operativa del negocio internacional.
- » Gestión de la exportación. Modalidades de contratación internacional.
- » Distinción en los procesos aduaneros, dentro de la UE y con terceros países.
- » Fiscalidad de las operaciones internacionales.
- » Medios de pago, mercado de divisas y tipos de cambio.
- » Financiación Internacional y mercados financieros. Medios de pago, mercado de divisas y sus aplicaciones al riesgo cambiario.
- » Modalidad de contratos en el mercado internacional.
- » Macroeconomía y economía aplicada.



07. Dirección de Operaciones, Logística y Calidad

Objetivo:

Presentar a los estudiantes de forma práctica y dinámica los conocimientos y herramientas de la Logística Integral como parte esencial del modelo de negocio de una empresa y que incluyen aspectos relativos al aprovisionamiento, compras, planificación y gestión de la producción, almacenamiento, transporte y distribución de los productos ofrecidos a los consumidores finales.

Se pretende que el estudiante sea capaz en esta área de tener:

- » Una visión de conjunto de los procesos internos que se desarrollan en una empresa.
- » Criterios organizativos a nivel logístico como pieza clave en la construcción de los procesos internos de la empresa.
- » Conocimiento del funcionamiento de los diferentes canales de distribución, así como los criterios y métodos para elegir los canales que precise la empresa.

Contenido:

- » Logística y supply chain management.
- » Actividades logísticas.
- » Sistemas productivos y de gestión de la calidad.
- » Lean management.
- » Los canales de distribución comercial al servicio de la empresa. Alternativas estratégicas en la distribución.
- » Métodos de selección de los canales.
- » Tendencias actuales en la distribución.

08. Gestión de la Innovación y la Tecnología en las Organizaciones

Objetivo:

La innovación y la tecnología son factores estratégicos para la competitividad de las empresas, que están presentes en cada actividad de la cadena de valor de las organizaciones, lo que las sitúa como pilares básicos sobre cómo fundamentar ventajas competitivas.

Estos factores estratégicos unidos a los constantes cambios tecnológicos y al acortamiento del ciclo de vida de los productos y servicios, pone de relieve la importancia que tiene el saber gestionar adecuadamente los procesos de innovación y gestión de la tecnología, que permitan a las empresas consolidar o mejorar su posición en el mercado.

En esta área se quiere dar respuestas a preguntas como: ¿qué es la innovación y para qué innovan las empresas? ¿En qué áreas puede innovar una empresa? ¿Cómo se innova? ¿Qué papel juega la tecnología en la empresa y cómo se gestiona? ¿Cómo se abastecen tecnológicamente las empresas? ¿Para qué se protege la tecnología y a través de qué mecanismos se hace?

Así, el alumno estará capacitado para:

- » Conocer el ciclo de vida de la innovación y sus retornos (directos e indirectos).
- » Conocer las diferentes estrategias d innovación empresarial, como la del líder, la del seguidor y la del imitador.
- » Estudiar cómo se innova desde diferentes epicentros del modelo de negocio y aprender herramientas de aplicación práctica.
- » Conocer las fases en las que se divide el proceso creativo y ser consciente de la importancia creciente que, a la hora de innovar, juegan los espacios y los tiempos en las organizaciones.
- » Estudiar un esquema conceptual de relación entre empresa y tecnología.
- » Conocer las diferentes estrategias de innovación empresarial.
- » Conocer metodologías predictivas para la gestión de Proyectos, como la basada en la guía PMBOK del PMI y PRINCE2, y saber identificar en qué tipo de organizaciones y para qué tipo de Proyectos son adecuadas.

- » Saber las principales funciones que abarca la gestión de la tecnología en una empresa y aprender una herramienta práctica para evaluar alternativas tecnológicas desde un punto de vista estratégico.

Contenido:

- » Conceptos generales de innovación.
- » Business Canvas Model.
- » El reto del proceso creativo.
- » Metodologías de innovación: Design Thinking, Lean Startup, Blue Ocean Strategy.
- » Metodologías de proyectos y metodologías ágiles (Scrum).
- » Transformación digital.
- » La Innovación en las Organizaciones y el cambio cultural.
- » Startups y el ecosistema emprendedor.

09. Eficiencia Directiva

Objetivo:

El directivo de hoy debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias directivas que le permitan interactuar adecuadamente con las personas.

Una vez finalizada el área el alumno será capaz de:

- » Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- » Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- » Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.
- » Elaborar las bases estratégicas que permitan planificar y anticipar los movimientos futuros en el ámbito de la dirección de equipos humanos y organizaciones.



- » Contar con un mayor poder de adaptación a las exigencias del actual mercado laboral.

Contenido:

- » Dirección y comunicación empresarial.
- » Desarrollo de competencias para la dirección.
- » Técnicas de negociación empresarial.
- » Técnicas para la toma de decisiones eficaces.
- » Liderazgo y procesos de influencia.

10. Aspectos Legales

Objetivo:

El empresario y el directivo no necesariamente tiene que ser un profesional del derecho, pero esto no quiere decir que desde el punto de vista de la dirección se desconozcan aspectos jurídicos cruciales y, principalmente cuando se tratan de asuntos mercantiles y fiscales que resultan necesarios conocerse para desarrollar dirección de la empresa con seguridad y confianza.

Así, el estudio del área legal va a permitir al alumno estar en condiciones de conocer aspectos tan importantes como:

- » Implicaciones jurídicas de los distintos tipos de sociedades mercantiles.
- » Implicaciones y responsabilidades jurídicas de la actividad empresarial.
- » Conocer las alternativas más ventajosas para la contratación internacional e implementación de negocios en España.

Contenido:

- » Las sociedades de capital.
- » Nuevos modelos societarios en el ámbito internacional.
- » Proceso de creación de empresas.
- » Ámbito impositivo de las sociedades. El impuesto de sociedades.

Proyecto Fin De Máster

El Proyecto de Fin de Máster (PFM¹) tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, a una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM sea:

- » Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- » Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el programa MBA.

Para todo ello, el estudiante cuenta con el asesoramiento personalizado de todo el Claustro académico de EUDE Business School.

Especialidad en Marketing Sanitario

Detalles
del Programa

MÓDULOS DE ESTUDIO

01. Segmentación, posicionamiento, captación y fidelización
02. Gestión Integral de la Marca y la Comunicación Corporativa
03. Comunicación Sanitaria
04. El nuevo e-Paciente y el Hospital líquido

01. Segmentación, posicionamiento, captación y fidelización

Estrategias de trabajo, el concepto del valor del cliente. Elaboración de un plan de comunicación y promoción en Internet. Segmentación y definición del público objetivo. Métricas del marketing digital. Los factores de éxito para hacer una buena estrategia digital.

02. Gestión Integral de la Marca y la Comunicación Corporativa

Análisis de la comunicación de la Imagen, Identidad y Reputación Corporativa. Métricas de reputación. La gestión de crisis en medios sociales. La voz del Cliente. Monitorización y escucha de la marca y de la competencia.

03. Comunicación Sanitaria

Estudio de la comunicación digital mediante los distintos canales establecidos y gestión de crisis. Generación del contenido y del conocimiento. Comunicación e imagen de servicios sanitarios.

04. El nuevo e-Paciente y el Hospital líquido

Patrones básicos de gestión del paciente, el mHealth enfocado al paciente. El paciente como centro del sistema sanitario..

Competencias que adquirirás con el programa

Capacidad de Dirección

Podrás desempeñar tareas de la Alta Dirección ya que adquirirás la formación necesaria, gracias a los profesionales que conforman el claustro de profesores. Además adquirirás una capacidad de liderazgo para ponerla en práctica en tu organización, dado que hoy más que nunca los mercados requieren empresas bien gestionadas pero sobre todo bien lideradas.

Estrategias enfocadas a resultados

Asumirás la responsabilidad en la concepción e implementación de las decisiones estratégicas. Trabajarás de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnosticar, definir, implantar y controlar la



estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme a las circunstancias del mercado en su conjunto.

Análisis Financiero

Las Finanzas constituyen una parte esencial de cualquier MBA, porque hoy es crítico para cualquier empresa contar con directivos que sepan generar alternativas y tomar decisiones en clave económico-financieras y prever sus repercusiones para la empresa en su conjunto. Aquí comprenderás y analizarás de manera eficaz un balance y una cuenta de resultados; analizarás las principales fuentes de la información financiera; seleccionarás las inversiones cuando el presupuesto es limitado o cuando los proyectos no pueden desarrollarse de forma simultánea; tendrás capacidad de valorar proyectos de inversión y empresas. Entenderás el papel de las finanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa.

Marketing y Comunicación

En esta área se transmitirá la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos y la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing y estratégicas de la compañía. Además, se analizará la importancia que tiene la gestión comercial y el liderazgo de los equipos comerciales para establecer estrategias eficaces.

Comercio Internacional y Operaciones

Conocerás de una forma práctica y cercana cómo se gestiona el negocio internacional de la empresa y sus implicaciones; su operativa, los medios de cobro, las necesidades de financiación para la empresa y los proyectos, los riesgos básicos que existen y las particularidades y tipologías de los contratos más habituales.

Eficiencia Directiva

El directivo de hoy debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas. Una vez finalizada el área serás capaz de:

- » Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- » Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- » Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.



Especialidad en Marketing Sanitario

Con la Especialidad en Marketing Sanitario te brinda los conocimientos y herramientas necesarias para crear y liderar con éxito un Proyecto de Marketing dentro del sector sanitario centrado en la gestión de la imagen, la identidad y comunicación corporativa y la experiencia de cliente centrada en el nuevo E-Paciente.

El sector sanitario se enfrenta a nuevos retos dominados por las exigencias de los usuarios junto con un cambio estructural debido al envejecimiento de la población, la irrupción de la tecnología y el incremento de los costes en los tratamientos.

Es necesario establecer nuevas líneas de comunicación centradas en la satisfacción del cliente manteniendo un sistema sostenible y acorde a las exigencias del mercado.

La comunicación, los medios y los perfiles de cliente han cambiado. Por ello, los profesionales de marketing especializado en el sector de la salud son un nuevo perfil muy demandado por las empresas.

Con nuestro Diplomado Internacional en Marketing Sanitario, fórmate de manera integral dominando las nuevas estrategias de marketing y publicidad dentro de los entornos digitales adaptados al sector salud..

Formación complementaria

Programas expertos

EUDE como formación complementaria al MBA y con el objetivo de buscar la excelencia y ayudarte a destacar profesionalmente, 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.

01. Experto en Inteligencia Emocional y Liderazgo

Cómo garantizarte el éxito en la vida y en el trabajo.

02. Experto en PNL (Programación Neurolingüística):

La fórmula para ganar influencia y destacar.

03. Experto en Oratoria y Persuasión:

Técnicas para exponer tus ideas con brillantez ante cualquier público.

04. Márketing Digital y Emprendimiento

Google, Facebook... Cómo posicionar e incrementar los resultados.

Idiomas

EUDE te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

La modalidad presencial full time incluye acceso a la plataforma online para el estudio de hasta 7 idiomas por un año y clases de inglés presenciales durante tres meses. La modalidad presencial executive incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año.

Management Business English Program

EUDE Business School utiliza un método propio con un alto nivel de efectividad en la formación de inglés con base en la **metodología de aprendizaje efectivo**, adquiriendo, profundizando y consolidando el conocimiento del idioma.

Clases con contenido dinámico y variado, trabajando sobre: listening, reading, grammar, speaking, entre otros.

Se modula en distintos niveles, con objetivos y contenidos adaptados, destacando en el NIVEL AVANZADO: **un curso de habilidades directivas íntegramente impartido en inglés.**

Formación en Idiomas

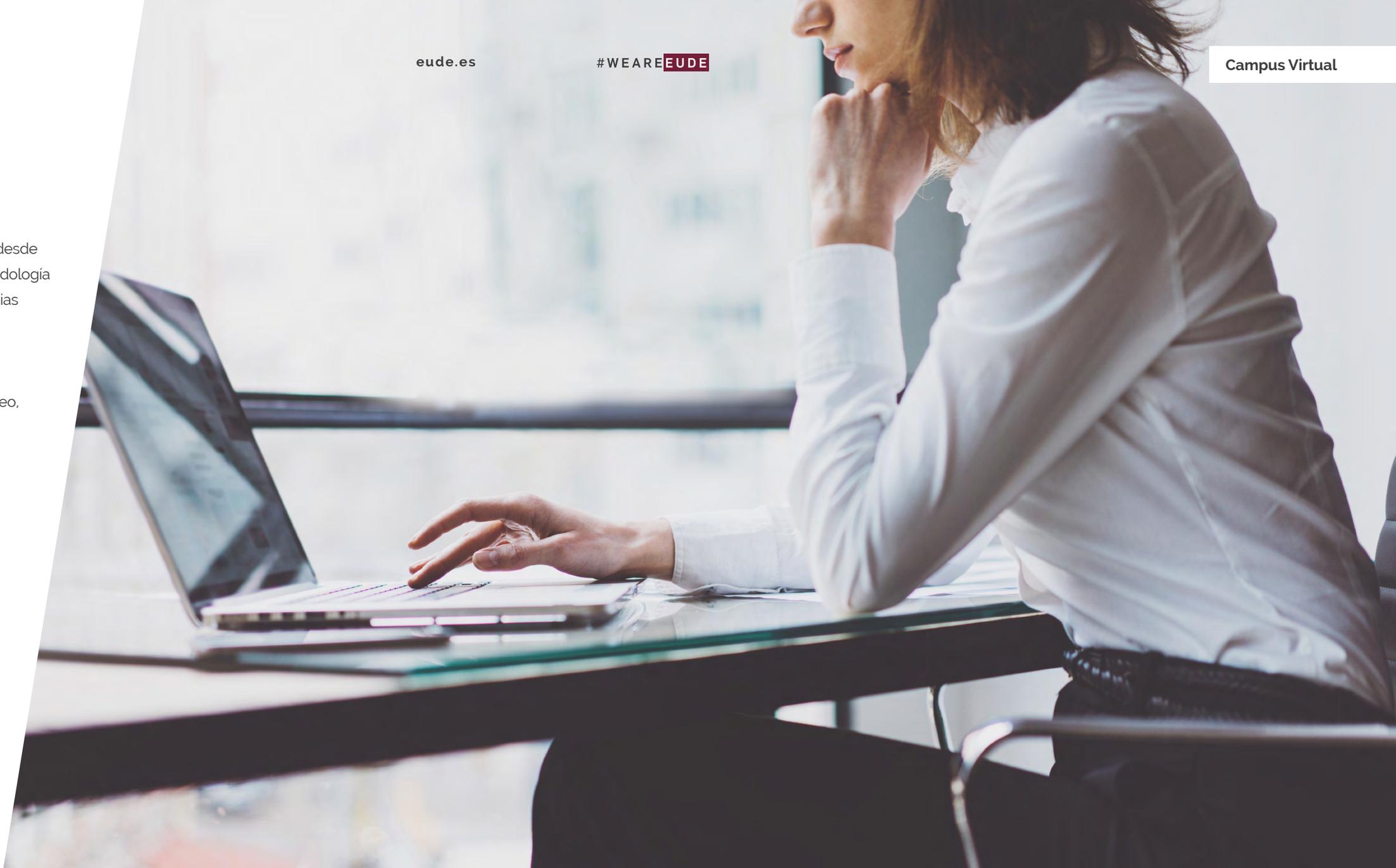
Nuestro programa de aprendizaje de idiomas ofrece soluciones que se adaptan a todas las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes: desde alumnos con exposición limitada a idiomas, a aquellos de nivel intermedio y avanzado que desean mejorar sus resultados académicos y prepararse para el mundo profesional.

Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. **Elige entre: Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés.** Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

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 presencial. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible.



#EUDEpartners

Partners Internacionales en Educación

EUDE Business School tiene como principales avales universitarios y *partners* académicos a universidades en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, lo que permite a sus alumnos acceder a títulos universitarios propios y oficiales.

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.

PARTNERS EDUCATIVOS



Madrid, España



California, EE.UU.



Cassino, Italia



Roma, Italia



Quilmes, Argentina



Córdoba, Argentina



Bogotá, Colombia



Monterrey, México

PARTNERS CORPORATIVOS



EUDE talent

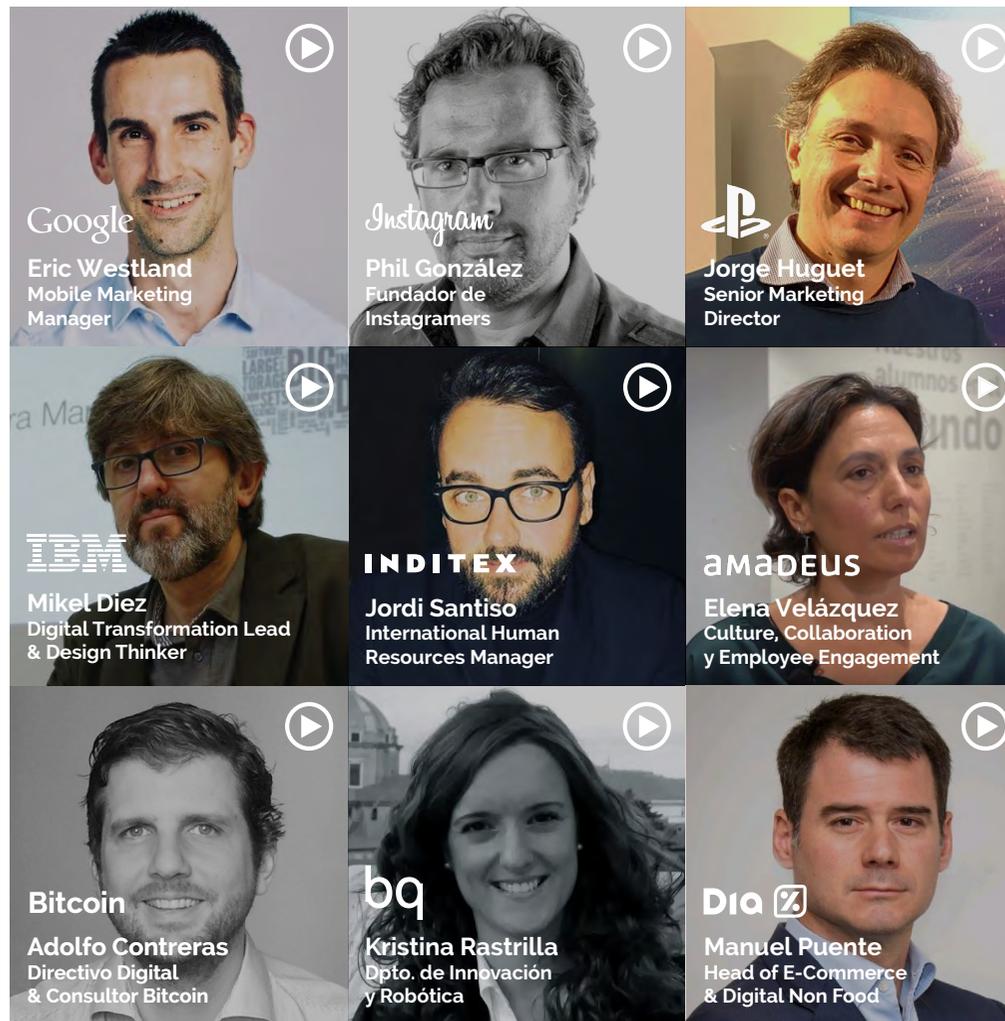
EUDE Business School es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral.

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



#EUDE talks

En **EUDE Business School** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. 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.





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

SEDE PRINCIPAL

C/ Arturo Soria, 245 Edificio EUDE CP: 28033 Madrid, España.

T. (+34) 91 593 15 45

#WEARE**EUDE**

eude.es

DELEGACIÓN EN COLOMBIA - C/g8 # 9A - 41. Oficina 204.
Bogotá DC, Colombia. T.(+57) 635 24 97



Acreditaciones:

