

GLOBAL MANAGEMENT PROGRAM CUSTOMER EXPERIENCE, INNOVATION & DESIGN THINKING

+ Master in Customer
Experience, Innovation &
Design Thinking [MICEMD]

- Título propio español 🇪🇸
- No homologable

Debes cumplir con los siguientes
requisitos para obtener el título
de master propio:

11 meses de estudio de Global
Management Program
Asistencia a la **semana internacional**
Entrega de TFM, trabajo final de master



55 + years

formando profesionales globales en marketing, management y tecnología

Fundada en 1965 con la misión de formar profesionales que de respuestas a las necesidades cambiantes de la Empresa y la Sociedad, desde un punto de vista ético. Nuestra alta vinculación con el entorno empresarial nos ha facilitado enlazar docencia y realidad empresarial, dotando a todos los programas de la flexibilidad que permite al alumnado salir de nuestras aulas realmente capacitados para enfrentarse a los retos actuales de organizaciones modernas con posibilidades reales de éxito, siendo además motores de cambio en las mismas.

Son más de cinco décadas en la que hemos generados programas innovadores, impartidos por un profesorado cualificado de excelente perfil académico, eprobada experiencia docente y reconocida trayectoria profesional. Además, promovemos un elevado número de actividades donde contamos con la presencia de relevantes miembros de la empresa: conferencias, foros, masterclass, practice days, etc.



62,000+
Antiguos alumnos



11 Campus en España
y alianzas estratégicas
en los 5 continentes



Acuerdos con
125+ Universidades



Primeras posiciones
en rankings
empresariales

La calidad de nuestros programas está avalada por acreditaciones y certificaciones nacionales e internacionales:



Rankings y Reconocimientos

[Posicionados entre los mejores]

Importantes medios de comunicación nacionales e internacionales, así como otras instituciones de prestigio, han reconocido la calidad de los cursos de ESIC, premiando su liderazgo y situándola en la primera posiciones de múltiples rankings.

Forbes

1	1	1	1
España Nuevos graduados y jóvenes profesionales	España Directivos de alto nivel	España MBA	España Programas Executive

ELMUNDO

1	1	3	4
España Marketing	España Comercio Exterior	España Recursos Humanos	España Comunicación Corporativa

Bloomberg Businessweek

23
Europa Escuela de Negocios



12	34	34	34	50	51	64	51	40	87
Europa Logística	Europa Executive MBA	Europa Business Analytics	Europa Marketing	Europa Management	Europa MBA	Europa Finanzas	Global MBA especialidad en Marketing	Global Escuela de Negocios	Global Escuela de Negocios



5	19	37	41	47	49	85
Global Mayor selección de programas en áreas de Marketing, Tecnología y Ventas	Global Escuela de Negocios	Global Executive MBA	Global Management	Global Marketing	Global Finanzas	Global Escuela de Negocios



4	24	30	41	1	5	5
Global Finanzas	Global MBA	Global Escuela de Negocios	Global Executive MBA	Ibero América Marketing Digital Online	Ibero América Centro de Formación Online	Ibero América Innovación Digital



2	2	2	57
España Empresa con mayor reputación en el Sector Formación	España Universidad y Escuela de Negocios con mayor capacidad para atraer y retener talento	España Universidad y Escuela de Negocios en Responsabilidad y Gobierno Corporativo	España Eduardo Gómez Martín, Director General de ESIC, Líder de empresa

ESIC SEDE MEDELLÍN

Medellín quiere ser el motor de la transformación digital para Latinoamérica. Los gobiernos local y nacional y el sector privado de la ciudad han trabajado juntos en ese propósito, y es así como han conseguido, por ejemplo, que la capital antioqueña se convierta en la sede del Centro para la Cuarta Revolución Industrial para la región, del Foro Económico Mundial.

Entendiendo las grandes oportunidades y necesidades que existen en este escenario, ESIC gestó una alianza sin precedentes con los principales empresarios del país, para hacer viable la llegada de una escuela de negocios de primer mundo, destacada no solo por ser un motor de innovación y de educación en España, sino por formar a exitosos líderes empresariales.

Es así como llega ESIC a Medellín, convirtiéndose en el campus número 13 de la escuela en el mundo y su puerta de entrada hacia América Latina.

ESIC sede Medellín cuenta con un Consejo Asesor, integrado por conocedores y protagonistas del mundo empresarial como Sylvia Escovar, Maria Bibiana Botero, Andrea Isaac y David Bojanini; quienes brindan una visión de hacia dónde se debe volcar la educación para que esta sea pertinente, transformadora, relevante, de vanguardia y se adapte a las demandas que surgen de la tensión y la relación profunda entre lo local y lo global.

ESIC sede Medellín también tiene un Consejo de Fundadores, un grupo de 8 empresas de distintos sectores productivos que, por su peso y relevancia en el país, son parte fundamental a la hora de formular los retos que alimentan la metodología innovadora que trae ESIC sede Medellín. Las compañías que hacen parte de los miembros fundadores son: Grupo Bancolombia, Crystal, Movistar, Pactia, Grupo Bios, Accenture, Postobón y Sura.

Gracias al modelo educativo que plantea ESIC sede Medellín, los estudiantes de Educación Continua, de Pregrado y Posgrado se formarán gracias al balance entre un componente teórico y la solución de retos empresariales reales y actuales, los cuales son aportados por los miembros del Consejo de Fundadores, lo que sin duda aporta una mirada esencial del futuro de los negocios, de la economía y de la sociedad.

Los estudiantes de ESIC sede Medellín podrán tener la tranquilidad de que se están formando en las carreras, posgrados y programas de educación continua que requerirá la sociedad, y los empresarios tendrán la certeza de que contarán con el mejor talento nacional para enfrentar los retos que conlleva un mundo hiperconectado y que cada vez más confía en la tecnología como una herramienta que está al servicio de los seres humanos.



GLOBAL MANAGEMENT PROGRAM CUSTOMER EXPERIENCE, INNOVATION & DESIGN THINKING

+ Master in Customer Experience, Innovation & Design Thinking [MICEMD]

PROPÓSITO DEL MASTER

Ser un programa innovativo de transformación de negocio a modelo estratégico de customer centric y gestión integral de experiencia de cliente. Integramos los modelos y herramientas más actuales e innovadores como human-centric design, growth hacking, agile management, marketing automation y smart data.

DIRIGIDO A

- > Responsables y Directores de marketing y ventas.
- > Responsables y Directores de transformación digital.
- > Responsables de customer experience.
- > Gestores y responsables de CRM multicanal.
- > Brand y Customer managers.
- > Profesionales de publicidad y comunicación.
- > Consultores de Marketing y Transformación Digital.

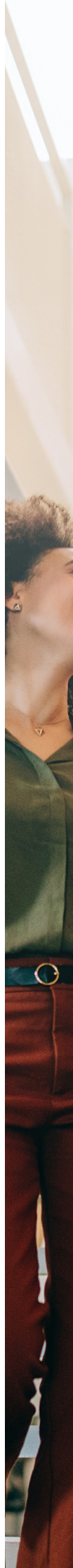
COMPETENCIAS PERSONALES

- > Tener visión holística de CEM y su rol en innovación y transformación digital de empresas.
- > Adquisición de la visión de customer centricity para desarrollar estrategias y tácticas de customer experience, marketing y ventas a través de disciplinas punteras como design thinking, growth hacking.
- > Utilizar holísticamente y estratégicamente herramientas avanzadas digitales para definir, crear y gestionar la experiencia de cliente.
- > Convertirse en los perfiles directivos con mayor conocimiento de la tecnología, los datos y las herramientas más actuales, centradas en el valor de la experiencia del cliente. Ser los expertos en desarrollar las oportunidades que ofrece la innovación de modelos de negocios centrados en el customer/usuario para liderar y adaptarse agilmente a los cambios del entorno disruptivo actual.

PERFIL DE SALIDA

- > Directores de Marketing.
- > Directores de Customer Experience.
- > Directores de Servicios al Cliente.
- > Directores de Proyectos de Transformación Digital.
- > Directores Comerciales.
- > Consultores de Negocio.

Un programa innovador de transformación de negocio a customer-centric y gestión integral de la experiencia de cliente a través de los modelos y las herramientas más actuales e innovadoras como: human-centric design, growth hacking, agile management, marketing automation y smart data.



¿POR QUÉ MICEMD?

OBJETIVOS:



Conocimiento estratégico y táctico necesario para definir, crear y gestionar integralmente al cliente omnicanal.



Visión del Customer Centricity win-win basada en Customer Journey, humanización de relaciones entre empresas y clientes, innovación.



Desarrollar estrategias claves que combinen el conocimiento de los clientes, datos y las herramientas avanzadas para personalizar la planificación, generación de leads, conversión de clientes. Incrementar el LTV de los clientes, bajo una visión estratégica, innovadora y creativa.



Conocimiento de tendencias y tecnologías disruptivas en ecosistema digital y economía experiencial (CRM, Marketing Automation, Design Thinking, Growth Hacking, Big Data, AI & ML).



Modelos de medición y análisis para la toma de decisiones y optimización de inversiones.

FACTORES DIFERENCIALES:



VISIÓN HOLÍSTICA DEL PROGRAMA

Incluye dimensiones relacional, experiencial, tecnológica y analítico-financiera esenciales en la gestión del cliente.



METODOLOGÍA EQUILIBRADA Y DINÁMICA

Incluye ponencia, talleres, aprendizaje y aplicación de herramientas digitales.



CONCEPTOS, FRAMEWORKS Y HERRAMIENTAS MÁS ACTUALES Y INNOVADORES DEL MERCADO

Diseñar experiencias WOW a través de Design Thinking, Innovación Agile y Growth Hacking que fomenta las capacidades y habilidades analíticas y creativas a la vez necesarias en la economía digital.



APRENDIZAJE ACTIVO, COLABORATIVO Y EXPERIENCIAL

Basado en casos y retos de marcas y empresas reales que permite aprendizaje eficaz a través de resolución de problemas en equipos.



APOYO Y COACHING

Los alumnos disponen las sesiones de tutoría para el apoyo y coaching en realización de proyectos grupales y el trabajo final del master.



CASOS PRÁCTICOS REALIZADOS CON EMPRESAS LÍDERES EN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT



PEDAGOGÍA TEÓRICO-PRÁCTICA

Basada en resolver retos reales actuales de grandes empresas colombianas.

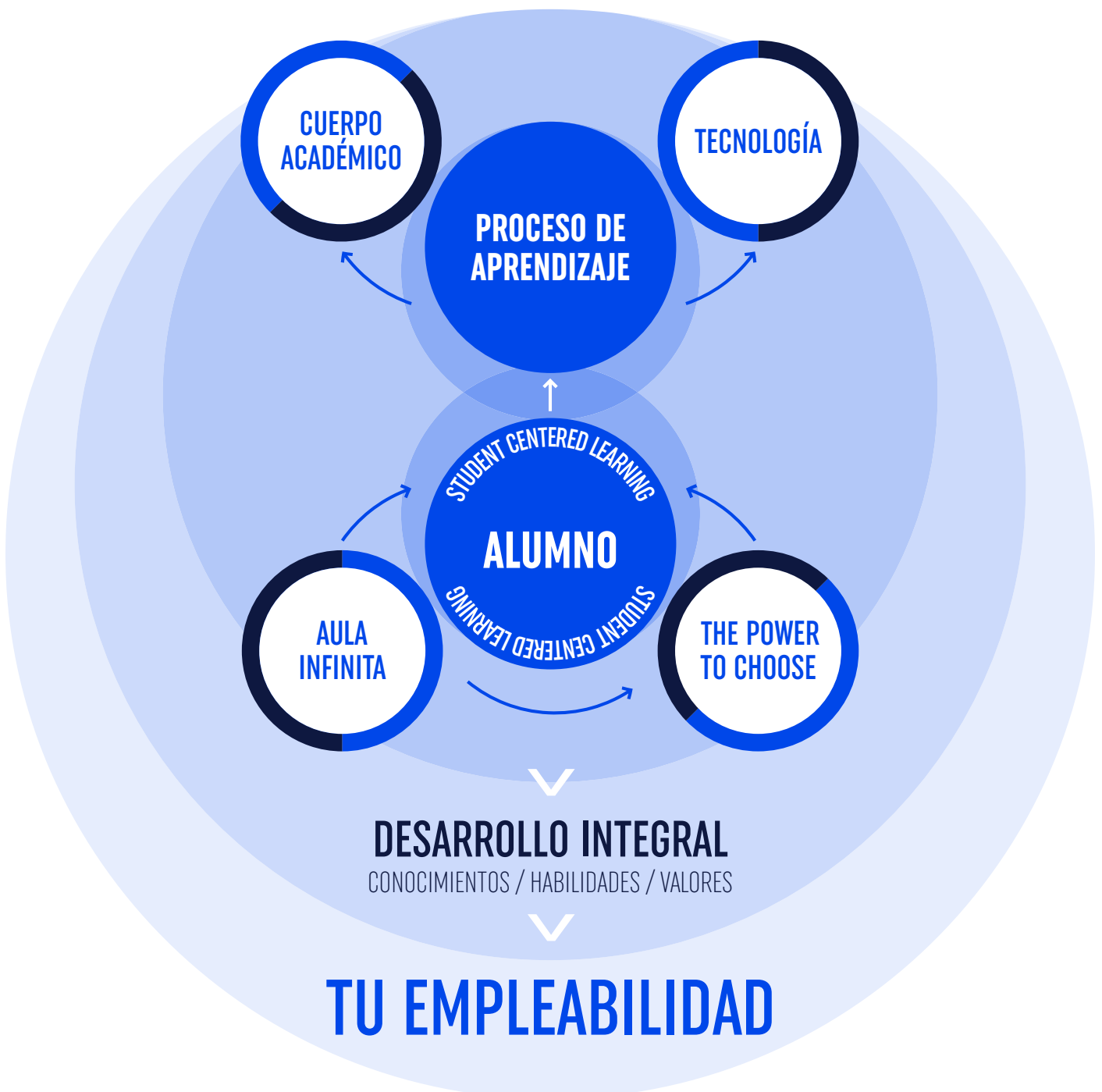


INMERSIONES INTERNACIONALES EN MADRID Y SILICON VALLEY

TRANSFORMATIVE LEARNING

Bienvenidos a la metodología educativa inspirada en el mundo real.




Una metodología propia de ESIC que persigue tu desarrollo profesional y personal y que te garantiza la misma experiencia y excelencia académica dentro del doble escenario, físico y digital, en el que puedes moverte. Aprendizaje mixto y flexible en un permanente training.



Transformative Learning by ESIC

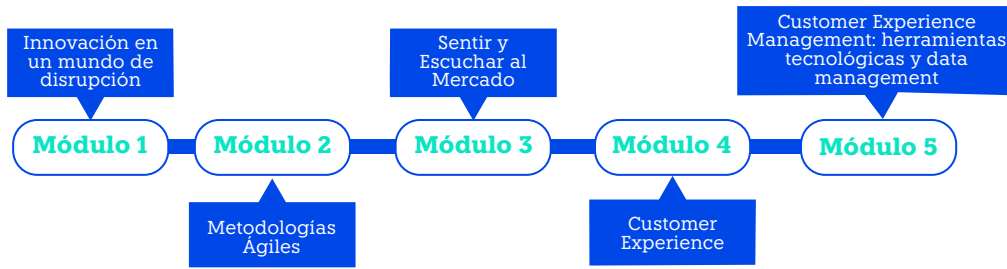
es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?

-  Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.
-  Sesiones online síncronas
-  Autoevaluación
-  Aplicación de casos de estudios y retos
-  Apoyo tutorizado y feedback
-  Actividades prácticas y experienciales
-  Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales
-  Proyecto final tutelado



ESTRUCTURA ACADÉMICA



Módulo 1

INNOVACIÓN EN UN MUNDO DE DISRUPCIÓN

La importancia y el concepto de la Innovación	Gestión de la innovación	Gestión de la innovación	Modelos de innovación	Nuevos modelos de negocio	Barreras de innovación en los modelos de negocio	Herramientas de innovación al negocio	Creación de valor.
---	--------------------------	--------------------------	-----------------------	---------------------------	--	---------------------------------------	--------------------

Módulo 2

METODOLOGÍAS ÁGILES

Modelos ágiles de dirección de proyectos: Kanban y Scrum.	Metodología Design Thinking.	Involucrar al cliente en el proceso de innovación: Conocimiento de Cliente e Ideación.	Metodología Lean Startup. Introducción al Lean Canvas.	Diseño de la Propuesta de Valor.	Prototipado (PMV).	Validación del Cliente.	Pivotar o preservar.
---	------------------------------	--	--	----------------------------------	--------------------	-------------------------	----------------------

Módulo 3

SENTIR Y ESCUCHAR AL MERCADO

Técnicas, instrumentos y metodología.	Entender y reaccionar a las necesidades de los clientes.	Expectativas y comportamientos de los consumidores.	Adaptar nuestras estrategias de marketing en base a insights.	Marketing Estratégico.	Marketing Estratégico.	Finanzas para la dirección de marketing: creación de valor para stakeholders.	Finanzas para la dirección de marketing: creación de valor para stakeholders.
---------------------------------------	--	---	---	------------------------	------------------------	---	---

Módulo 4

CUSTOMER EXPERIENCE

Economía de experiencia.	Economía de experiencia.	Estrategia Customer-Centric.	Estrategia Customer-Centric.	Diagnóstico de la experiencia de cliente.	Diagnóstico de la experiencia de cliente.	Innovación en diseño de experiencia del cliente.	Innovación en diseño de experiencia del cliente.
--------------------------	--------------------------	------------------------------	------------------------------	---	---	--	--

Módulo 5

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y DATA MANAGEMENT

CEM operativo y marketing experiencial.	CEM operativo y marketing experiencial.	CEM operativo y marketing experiencial.	Estrategia de datos.	Estrategia de datos.	Estrategia de datos.	Governance y medición de experiencia de cliente.	Governance y medición de experiencia de cliente.
---	---	---	----------------------	----------------------	----------------------	--	--

TRABAJO FIN DE MASTER

Se trata de un **Plan Estratégico de Customer Experience Management** que supone un desafío en el que el estudiante de manera transversal, debe demostrar que se han cumplido los objetivos de aprendizaje y desarrollado todas las competencias adquiridas durante el programa.

Nuestro Programa Inicia

- Fecha de inicio: **22 de Febrero 2024**
Fecha de finalización: **Marzo 2025**
Duración: 11 meses
- 5 módulos de asignaturas de 8 semanas de duración
2 inmersiones internacionales
Madrid: obligatoria
Silicon Valley: opcional

*Información sujeta a cambios.

Días y Horarios

DÍAS	HORA	FORMATO	CLAUTRO
Martes	6:00p.m. - 8:00p.m.	Online	🇪🇸
Jueves	7:00a.m. - 8:30a.m.	Online	🇪🇸
Viernes	4:30p.m. - 7:00p.m.	Online	🇪🇸

- **La duración total del programa es de 340 horas**
- **Al finalizar cada módulo viernes y sábado es asistencia presencial en el campus**

DÍAS	HORA	FORMATO	CLAUTRO
Viernes	1:30p.m. - 8:30p.m.	Presencial	🇪🇸
Sábado	8:00a.m. - 2:00p.m.	Presencial	🇪🇸

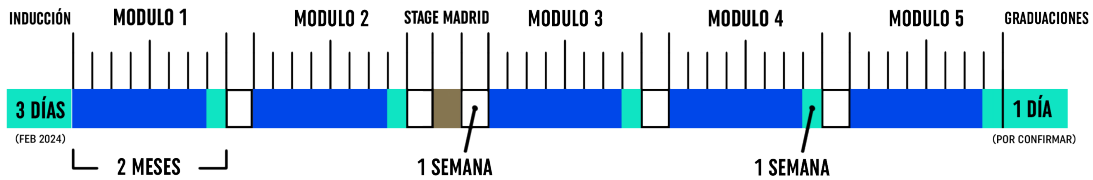
Virtual

Presencial

Receso

Stage Madrid

CRONOGRAMA



Día/Hora		MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3
Martes 6:00p.m. - 8:00p.m.	INDUCCIÓN 22 FEB - 24 FEB *Jueves 8:00a.m. - 5:00p.m. *Viernes 8:00a.m. - 6:00p.m. *Sabado 8:00a.m. - 4:00p.m.	27 FEB - 25 ABR	7 MAY - 27 JUN	9 JUL - 29 AGO
Jueves 7:00a.m. - 8:30a.m.		26 ABR - 27 ABR	28 JUN - 29 JUN	30 AGO - 31 AGO
Viernes 4:30p.m. - 7:00p.m.		29 ABR - 3 MAY	1 JUL - 5 JUL	2 SEP - 6 SEP
Viernes 1:30p.m. - 8:30p.m.				
Sabado 8:00a.m. - 2:00p.m.				
N/A				

Día/Hora		MÓDULO 4	MÓDULO 5	
Martes 6:00p.m. - 8:00p.m.	STAGE MADRID 9 SEP - 13 SEP	24 SEP - 14 NOV	21 ENE - 13 MAR	GRADUACIÓN Por Confirmar
Jueves 7:00a.m. - 8:30a.m.		15 NOV - 16 NOV	14 MAR	
Viernes 4:30p.m. - 7:00p.m.		18 NOV - 20 ENE		
Viernes 1:30p.m. - 8:30p.m.				
Sabado 8:00a.m. - 2:00p.m.				
N/A				

ASIGNATURAS

INNOVACIÓN EN DISEÑO DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Se explora el papel de la innovación específicamente dentro del contexto customer experience: los principios del design thinking, las esferas y etapas del diseño de CX y la información necesaria antes de empezar diseño de CX. Los alumnos aprenderán y aplicarán en eventos experienciales los principales métodos y técnicas para el diseño de la experiencia, particularmente Design Thinking, el Customer Journey Map, el Service Blue Print, y Growth Hacking.

SENTIR Y ESCUCHAR AL MERCADO

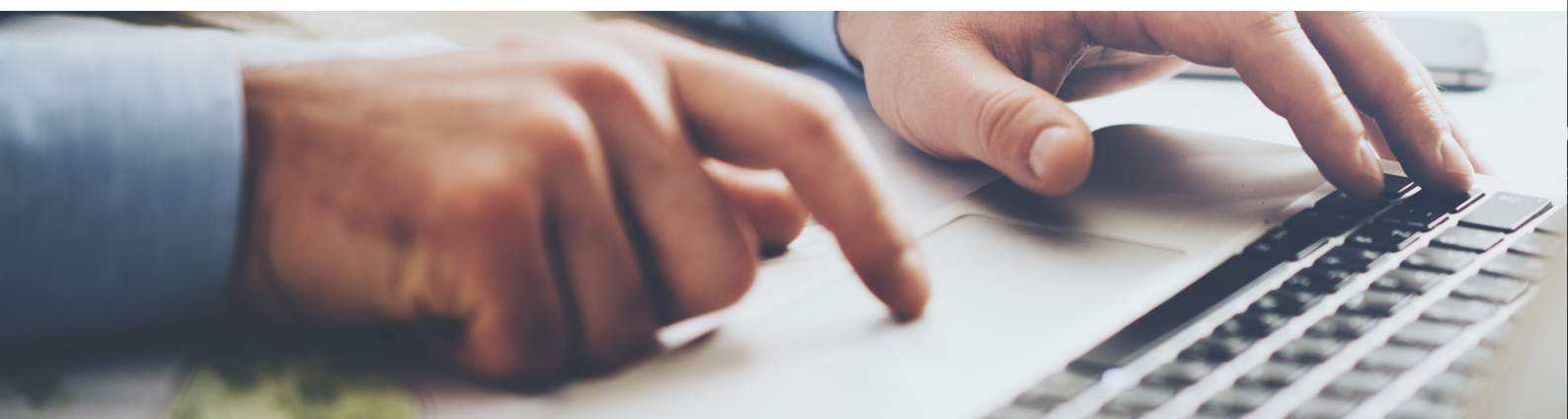
Escuchar y sentir al mercado es una competencia fundamental de las organizaciones actuales. Siempre ha sido importante, pero cada vez más las necesidades de los clientes evolucionan más rápidamente. Piensa en el contexto actual, ¿puedes identificar algún aspecto que esté impactando en las expectativas y los comportamientos de los consumidores? Seguro que no te cuesta mucho identificar algunos, ya que recientemente estamos viviendo una de las mayores transformaciones y cambios en nuestro estilo de vida a nivel global. Pero más allá del Covid19 o de cualquier otro cambio estructural que afecte a la sociedad, existen además infinidad de pequeñas evoluciones que hacen que las necesidades, expectativas y comportamientos de los clientes se modifiquen. Las compañías que quieran diferenciarse de sus competidores y lograr la preferencia de sus consumidores, deberán estar atentas a estos cambios, y contar con las herramientas y metodologías que les permitan identificarlos y reaccionar de forma rápida y acertada. Escuchar y sentir al mercado es el conjunto de técnicas, instrumentos y metodologías que nos permitirán entender y reaccionar a las necesidades de los clientes de forma ágil, y adaptar nuestras estrategias de marketing en base a los insights obtenidos.

CUSTOMER EXPERIENCE

El objetivo de esta asignatura es desarrollar una visión crítica del contexto y del entorno actual donde la competitividad de empresas está condicionada por cambios de los paradigmas clásicos, entre ellos que la relación con clientes no sigue girando alrededor de productos y servicios con un carácter transaccional. Nos encontramos en la era del cliente omnipresente que buscan experiencias únicas y memorables con las marcas que les tratan como si fuera el cliente más importante. En la economía de experiencia las relaciones son muy distintas, pero mutuamente beneficiosas. Las experiencias, por su carácter subjetivo y altos componentes intangibles, no son fácilmente imitables por competidores e impulsan el cambio cultural y más innovador que ayuda a las empresas afrontar los desafíos actuales de la digitalización y del cambio radical en comportamiento de consumidor y sus expectativas.

ESTRATEGIA CUSTOMER-CENTRIC

El objetivo de esta asignatura es estimular y desarrollar en los alumnos la visión estratégica como customer-centricity, lo que permite una diferenciación e innovación de modelos de negocios y cómo contribuye a la competitividad de la empresa. Se explora el mapa y despliegue de estrategias de Customer Experience en cada fase de funnel para la segmentación, determinación de target, captación, cualificación, vinculación y fidelización de clientes. Se traslada el conocimiento y know-how de las herramientas y frameworks estratégicas claves, tal y como la estrategia experiencial y relacional, estrategias de posicionamiento y comunicaciones.



CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT: HERRAMIENTAS Y DATA ANAGEMENT

En continuación de la asignatura "Transformación Digital y Generación de valor en la economía de los datos" se explora la importancia de datos para CEM en la toma de decisiones según la ecuación: Right data = right business questions: en primer lugar, para una estrategia efectiva de datos se trata la importancia de tener entre los objetivos de negocio no solamente business-centric, sino customer-centric KPIs reflejados en la estrategia. -Una vez los objetivos están definidos, se desarrolla la estrategia de datos y su implantación a través de mapeo y construcción de Marketing Technology Stack - un ecosistema e infraestructura tecnológico que incluye los proveedores de datos internos y externos a través de los canales y medios digitales y físicos más relevantes para la marca y su engagement con customer. Se proporcionan ejemplos de elementos/plataformas claves para una estrategia de datos exitosa en la era de digital transformation incl. CRM, Plataformas de Marketing Automation y DMPs

GOVERNANCE Y MEDITACIÓN DE EXPERIENCIA DE CLIENTE

Se explora el cambio organizativo y cultural que deben afrontar las empresas para la implantación exitosa de customer centricity en términos prácticos para garantizar el éxito en la transformación del modelo del negocio a CX. La asignatura también se dedica a consideraciones éticas y regulatorias importantes en la economía de datos. Una gran parte de asignatura se trata de "por qué" y "cómo" medir e interpretar los insights de CX. La generación de insights en real time gracias a la tecnología digital permite a las organizaciones realizar acciones más efectivas. Las empresas, según estudios (por ejemplo, DEC, Deloitte 2016), tienden a centrar sus esfuerzos en la recogida de datos sin analítica efectiva. Por lo tanto, la voz de cliente no alimenta adecuadamente las estrategias y tácticas de empresas. Se exploran e identifican los tradicionales y digital analytics adecuados y best practices en el diseño del Cuadro de Mando 360 con los KPIs y métricas claves para medir y retroalimentar CX.



- Experiencia académica internacional

Consiste en la inmersión académica de una semana, en uno de los destinos abajo citados, que se realizará durante el transcurso del master. Si el master incluye viaje curricular propio, no se podrá acceder al Business Study Tour.



Inmersiones Internacionales



Silicon Valley: [Opcional]

Aprenderás sobre herramientas necesarias para adaptarte a las nuevas realidades del mercado a través de la innovación, el emprendimiento exitoso y la transformación digital.



Madrid/ España: [Obligatoria]

Inmersión Internacional en donde trabajaremos a fondo el desarrollo de habilidades profundas, fundamentales para los roles de liderazgo y management.



*Plazas sujetas a disponibilidad y destinos sujetos a cambio. Precios y condiciones a consultar. / Places subject to availability and destinations subject to change. Prices and conditions: more information on request.

TRABAJO FIN DE MASTER

El trabajo es un **proyecto empresarial real** que supone un desafío en el que el estudiante de manera transversal, debe demostrar que se han cumplido los objetivos de aprendizaje y desarrollado todas las competencias adquiridas durante el programa.

El alumnado tendrá que crear un Customer Experience Plan para una marca o empresa. El objetivo del TFM es dar la oportunidad al alumnado de aplicar los conocimientos y la experiencia adquiridos durante el programa.



**ILDEFONSO
TÉBAR**

Commercial,
Marketing &
Digital Director
at AMC Networks
International
Southern Europe



**ALEJANDRO
LÓPEZ RIOBÓ**

Executive Director.
Antipodes Digital



**JOSÉ MARÍA
VISCONTI
CAPARRÓS**

Commercial,
Marketing &
Digital Director
at AMC Networks
International
Southern Europe



**JORGE JUAN
AGUILAR
GARCÍA**

CMO. Ecommerce |
Digital Business
Marketing & Sales
B2C & B2B.
Consultor, mentor
and profesor
Southern Europe



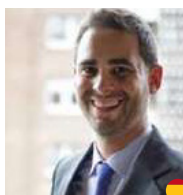
**CARLOS
NÚÑEZ
ARRABAL**

Consultor/
desarrollador Big
Data en
Indizen - Believe
in TalentCorporativa



**MARTA
PANERA GARCÍA**

Head of Marketing &
Communications
FOREO WE Europe I
eCommerce and Digital
Business Professor
Transformación Digital
Member at Mensa España



**OSCAR
LAGE
SERRANO**

Head of Cyber
Security
& Blockchain at
Tecnalia



**FRANCISCO
MARISCAL**

Investor &
Entrepreneur. CEO
@Fellow Funders.
Investment Expert
@ European
Commission. Partner
@Belerofonte Capital



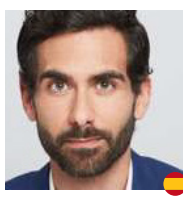
**JUAN RAMÓN
CAMPOS**

Innovation,
Consultant, Program
Director, Researcher,
PhD in Economics
and Innovation
Management



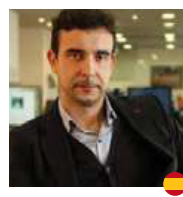
**SANTIAGO
HERMOSA
MARTÍN**

CEO @ dobleO - SEO,
SEM, Analytics, UX
& Dev



**SERGIO REYES
RODRÍGUEZ**

VP Gaming & esports
StartupXplore



**MARCOS ANTONIO
GARCÍA BLANCO**

Director Ejecutivo y
socio fundador de
Gestazion.com



**FRANCISCO
JAVIER LAHOZ
SEVILLA**

Head of Big Data
Engineering
en Orange España



**MARIANO
JOSÉ MORENO
MAJÁN**

Responsable
del Centro de
las Tecnologías de la
Información y de las
Comunicaciones del
Congreso de Los
Diputados



**ALBERTO DE
TORRES
PACHÓN**

CEO Nektu, Experto
en Tecnologías
Emergentes.
Ponente, profesor y
Director Académico



**VIVIANA
MONTOYA**

Líder de chapter
en PRAGMA.



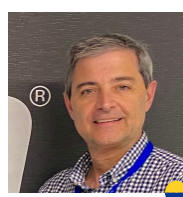
**JULIO CESAR
PIZA**

| Jefe Comercio Digital y
Omnicanalidad marca
éxito | eCommerce
| MarketingDigital |
Transformación Digital
| Social Media | Growth
Hacking | Disrupción
Digital | Speaker |



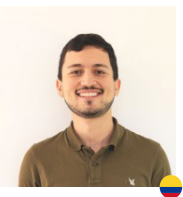
**ALICIA
MEJÍA**

Gerente en
Thinklicious - Asesoría
en ecommerce |
Marketing digital |
Omnicanalidad.



**JUAN ESTEBAN
JARAMILLO**

Professional with more than
35 years of experience, 20
of which are part of the
presidency committee of
one of the most important
companies in Latin
America, characterized by
the use of new concepts
and technologies.



**SIMÓN
RESTREPO**

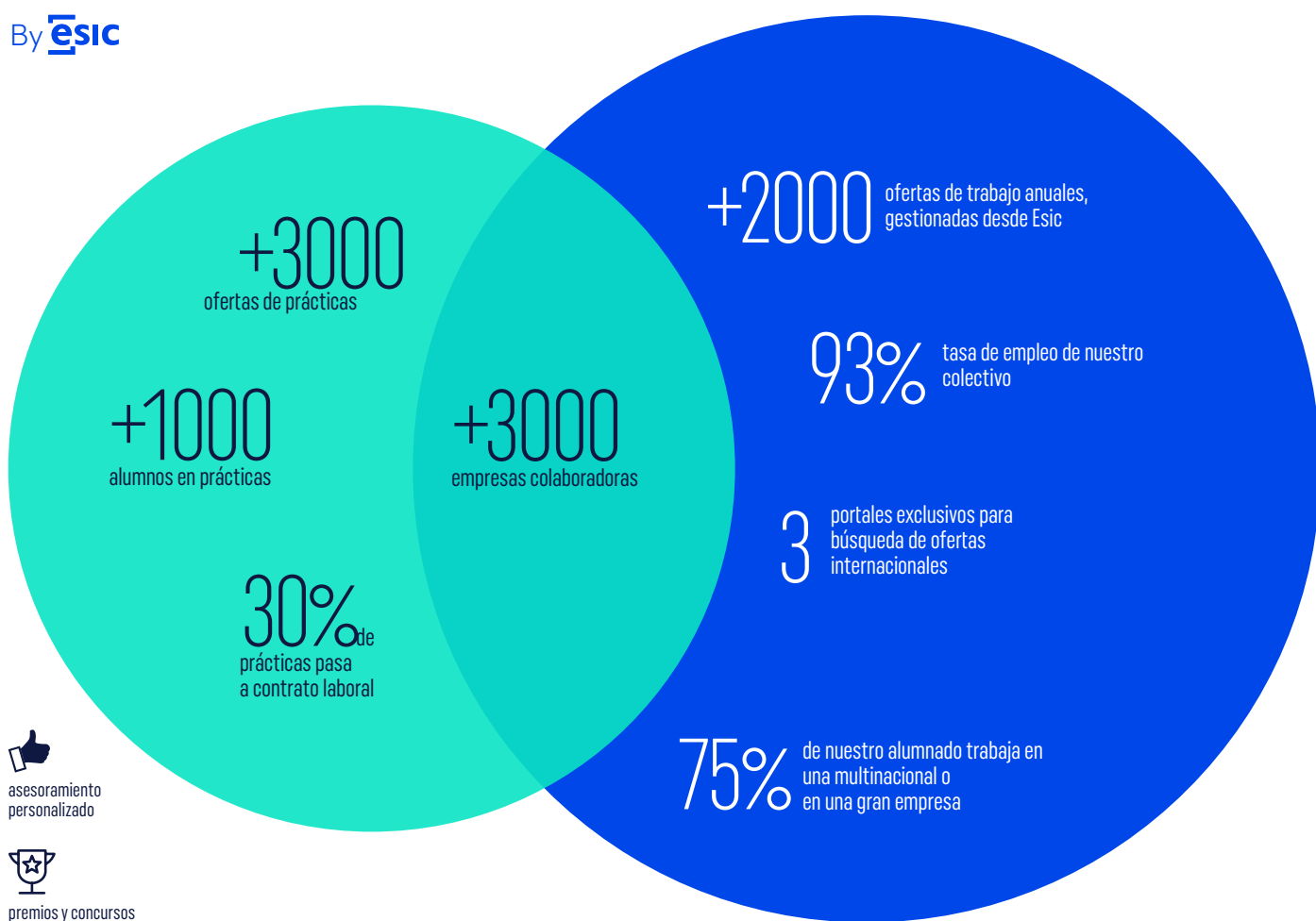
CRM Executive Andean
Cluster en Philip Morris
International

TE PREPARAMOS PARA TRABAJAR EN LAS MEJORES EMPRESAS DEL MUNDO



PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Potenciamos la presencia del alumnado en las empresas, facilitando la aplicación de conocimientos teórico/prácticos mediante la realización de prácticas.



 asesoramiento personalizado

 premios y concursos para emprendedores

 talleres de emprendimiento

 charlas y encuentros con emprendedores

 incubadora de ideas

 networking entre emprendedores

 foros de inversores

EMPRENDEDORES

ESIC Business School genera, impulsa e integra las acciones para el fomento del emprendimiento, proporcionando apoyo y formación. Desarrolla actividades y programas en el ámbito de la creación de empresas para apoyar las iniciativas empresariales de nuestros estudiantes y contribuir a su consolidación.

CARRERAS PROFESIONALES

Durante toda tu trayectoria desde Carreras Profesionales, te formamos y asesoramos en materia de empleabilidad, apoyándote en la búsqueda de oportunidades mediante el acceso a un portal de empleabilidad exclusivo y la organización de ferias de empleo y eventos de reclutamiento.

**Nuestro presente es bilingüe,
multicultural y global...**
nuestros alumnos también lo son.

Recorridos internacionales



*Contamos con múltiples destinos
donde podrás completar tu formación*

DESARROLLO INTERNACIONAL

[global + multicultural]

Reforzamos nuestra oferta educativa con la posibilidad de completar con una experiencia internacional el itinerario curricular elegido. Para ello, disponemos de acuerdos de colaboración e intercambio y programas internacionales con:

**+40 países
de destino**

**acuerdos con
+125 universidades**

**+500
alumnos**

MEDELLÍN

+57 3183821129

info@esic.co

MADRID

+34 91 452 41 00

info.madrid@esic.edu