



Programa de Negocio Digital



INSTITUTO DE INNOVACIÓN Y
COMPETITIVIDAD | FUNDACIÓN
CAJA RURAL DE CASTILLA-LA MANCHA

2^a
EDICIÓN

ER

—

D

—

E

La **Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha** presenta, dentro de su compromiso continuado por la competitividad empresarial y en el marco de su colaboración con CECAM y las Organizaciones empresariales de Castilla La Mancha, el Programa de Negocio Digital. Una innovadora iniciativa que pretende formar a profesionales para que dirijan y gestionen con éxito sus compañías en el nuevo escenario de la Economía Digital.

El mundo online está cambiando las reglas del juego para un gran número de industrias y sectores. En este contexto, el nuevo marketing y la innovación se perfilan como las dos herramientas indispensables para que las empresas puedan competir con éxito sin necesidad de grandes inversiones, logrando mejorar así su competitividad.

De la mano de **ESIC Business & Marketing School**, una de las escuelas de negocios más prestigiosas de nuestro país y de su Instituto de Economía Digital, institución puntera en formación en negocio digital, los participantes del **Programa de Negocio Digital** podrán adquirir nuevas competencias en disciplinas, medios y canales digitales con el fin de aplicar los conocimientos y técnicas del programa a sus respectivos negocios. La metodología combina:

- » Formación presencial
- » Consultoría y asesoramiento individualizado
- » Encuentros profesionales de networking
- » Masterclass

En este Programa que se ha diseñado ad hoc para empresarios, directivos de empresas y emprendedores, todos los participantes recibirán de forma paralela a la formación, un servicio de asesoramiento individual en materia de competencias digitales, en el que obtendrán el diagnóstico de su empresa, detectarán áreas de mejora y elaborarán su **Plan Individual de Negocio Digital**. Un plan de acción diseñado a medida de sus necesidades y situación actual, que recogerá las estrategias digitales necesarias para alcanzar los objetivos trazados: incrementar sus oportunidades comerciales, responder a las necesidades de los nuevos consumidores y, en definitiva, ser más innovadores y más competitivos.



OBJETIVOS

01

Capacitar a los participantes, a través de formación y asesoramiento, en las nuevas disciplinas, medios y canales que pone a disposición la nueva Economía Digital.

02

Fomentar un cambio de mentalidad en el empresariado mediante fórmulas que favorezcan el entendimiento del entorno digital.

03

Facilitar técnicas y conocimientos digitales dirigidos a que los profesionales refuerzen su competitividad.

04

Integrar la estrategia digital desarrollada durante este programa de formación en la estrategia del negocio de cada participante.

05

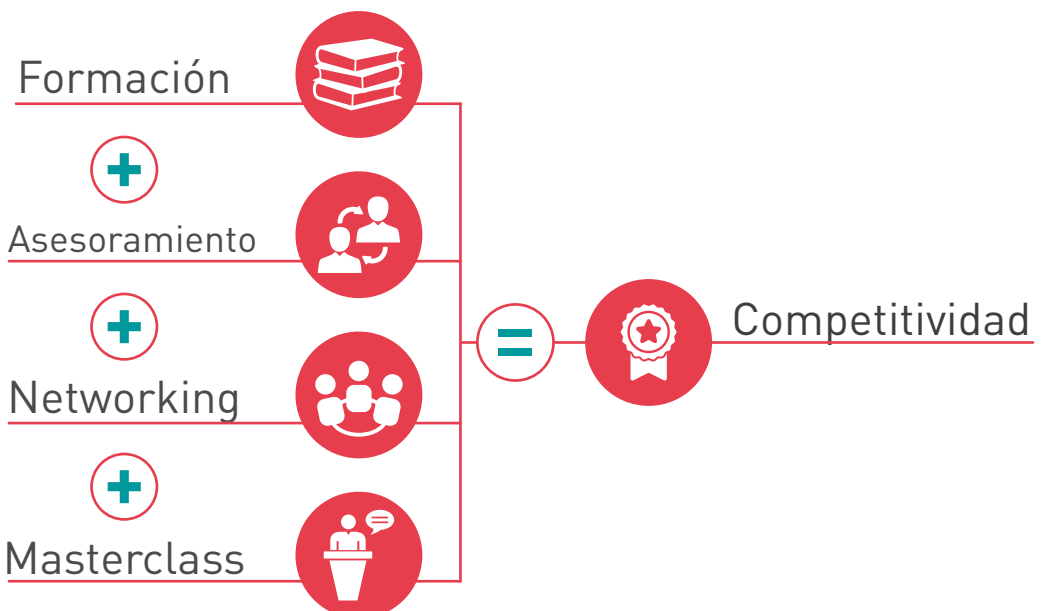
Impulsar el comercio electrónico como nuevo canal de venta en sus empresas, llevando a cabo estrategias de marketing y publicidad.

06

Detectar y evaluar el grado de madurez digital de cada negocio para generar conjuntamente aquellos escenarios más favorables.

07

Diseñar un Plan de Innovación Digital, es decir, un plan de acción que integre estrategias necesarias para la mejora de los resultados.



El programa se dirige a empresarios, directivos y emprendedores de pequeñas y medianas empresas de Castilla-La Mancha pertenecientes a cualquier sector de actividad, que necesiten integrar en sus negocios nuevas estrategias de gestión y comercialización a través del desarrollo de medios digitales.

Profesionales que, gracias a estas disciplinas digitales, busquen incrementar las oportunidades comerciales de sus negocios, abrir nuevos canales de comercialización y comunicación y dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo de sus clientes.

¿Por qué un programa de TRANSFORMACIÓN digital?





MÓDULO 1

PLAN DE MARKETING DIGITAL

Estrategias competitivas y sus factores de éxito para un entorno crecientemente digital

OBJETIVO.-	En este módulo el alumno conocerá y entenderá las tendencias, estrategias, disciplinas y medios necesarios para desarrollar un eficaz plan de marketing.
DURACIÓN.-	8 horas formación + asesoramiento personalizado.
CONTENIDOS.-	<p>Diseño y creación de un plan de marketing digital:</p> <ul style="list-style-type: none">» Estrategias competitivas en un entorno crecientemente digital, unipersonal y global.» Relación cadena de valor: anunciantes, agencias, centrales de medios, medios digitales.» Grandes tendencias en el mercado digital.» Definición y objetivos de un plan de marketing digital.» Segmentación y definición del público objetivo en Internet y herramientas de la comunicación digital.» Elaboración de un plan de comunicación y promoción en Internet.» Métricas del marketing digital.» Los factores de éxito para hacer una buena estrategia digital.

MÓDULO 2

CAPTACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE CLIENTES

Cómo planificar estrategias de captación y fidelización de clientes en entornos digitales

OBJETIVO.-	Planificar estrategias de captación y de fidelización, conocer las claves para comunicar de manera eficaz en el entorno digital. .
DURACIÓN.-	8 horas formación + asesoramiento personalizado.
CONTENIDOS.-	<p>Estrategias de captación y cualificación de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none">» Los fundamentos del Marketing Directo.» La aplicación del Marketing Directo en la relación de clientes.» El Marketing Relacional: el nuevo marketing enfocado en el cliente.» Las claves para diseñar un programa de relación de clientes.» Estrategias de captación eficaces.» Aspectos ganadores para incrementar la respuesta.» Cómo identificar clientes de alto valor potencial. <p>Estrategias de fidelización y maximización del valor del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none">» Cómo crear valor al cliente desde la conquista.» La fidelidad como herramienta de conquista de nuevos clientes.» La importancia de la segmentación en la fidelización.» Estructura de un Plan de Fidelización: los tres pilares fundamentales.» Cómo desarrollar Programas de Prescripción, desarrollar servicios de valor añadido y acciones de incremento de valor del cliente.» Definición de plan de contactos para incrementar la vida del cliente.» Permission Marketing.» Programas de Recompensa.

MÓDULO 3

WEB MARKETING

Cómo hacer una página web centrada en el usuario

OBJETIVO.-	Aprenderá las claves, pautas y fundamentos para crear una web centrada en el usuario. Incluye contenidos de analítica web que favorecen la medición y optimización de los procesos críticos de nuestra página.
DURACIÓN.-	8 horas formación + asesoramiento personalizado
CONTENIDOS.-	<p>Una web pensada para el cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Un concepto clave para el éxito de una página web: la usabilidad y la experiencia de la persona usuaria. » Como conseguir páginas web exitosas (Diseño centrado en la persona usuaria). » Análisis y requisitos. » Técnicas de investigación de usuarios /as. » Arquitectura de información. » Prototipado. » Técnicas de evaluación y testing. » Principales problemas de los/as usuarios /as en internet. <p>Analítica Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos de nuestra web:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Visión analítica Web. » Indicadores claves de rendimiento. » Tipos de herramientas. » Google Analytics.

MÓDULO 4

BUSCADORES

Cómo lograr más visibilidad y tráfico a la web

OBJETIVO.-	Ofrecerá los pasos necesarios para obtener las mejores posiciones de nuestra web en buscadores. El módulo abordará por un lado el posicionamiento natural y, por otro, la planificación, gestión y optimización de campañas SEM.
DURACIÓN.-	16 horas de formación + asesoramiento personalizado
CONTENIDOS.-	<p>Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Entendiendo el funcionamiento del posicionamiento natural. » Cómo optimizar el SEO en tu propia página web. » Cómo optimizar el SEO a través de sites externos. <p>SEM: Cómo planificar, gestionar y optimizar campañas SEM:</p> <ul style="list-style-type: none"> » SearchEngine Marketing [SEM]: planificación, ejecución y medición de campañas SEM. » Creando tu propia campaña SEM de principio a fin y practica las principales técnicas. » Puesta en práctica de las técnicas principales para la creación y optimización de LandingPages.



MÓDULOS

MÓDULO 5

REDES SOCIALES

Cómo sacar el máximo provecho a las redes sociales

OBJETIVO.-	Estudiará cómo sacar el máximo provecho a las principales redes sociales en nuestro plan de comunicación. Los contenidos se conciben como una introducción efectiva a las principales plataformas de creación de comunidad.
DURACIÓN.-	16 horas de formación + asesoramiento personalizado
CONTENIDOS.-	<ul style="list-style-type: none">» Contenidos: Introducción a las principales plataformas de creación de comunidad: redes sociales, espacios onsite sociales, blogs, foros...» Tipos de usuarios y sus motivaciones en cada plataforma.» Cómo montar tu propio Blog empresarial.» Cómo sacar el máximo provecho a Facebook.» Cómo sacar el máximo provecho a LinkedIn, YouTube.

MÓDULO 6

E-MAIL MARKETING Y E-CRM

Cómo hacer e-mailing eficaz

OBJETIVO.-	Desarrollará la creación y gestión eficaz de campañas de e-mail marketing y de los sistemas de gestión comercial e-CRM.
DURACIÓN.-	5 horas de formación + asesoramiento personalizado
CONTENIDOS.-	<ul style="list-style-type: none">» Plan de eMail Marketing.» La creación y comunicación de ofertas a través de eMail Marketing.» Cómo crear e-mails que venden.» La estructura del mensaje de un e-mail.» Distintos formatos de emails para la generación de respuesta directa.» Cómo utilizar herramientas de envío masivo.» Cómo evitar el Spam en tus campañas.» Análisis y Medición de Resultados fundamentales.

MÓDULO 7

MOBILE MARKETING

Cómo integrar el móvil en las acciones de marketing

OBJETIVO.-	Planificará la estrategia de comunicación móvil, descubriendo aquellos aspectos que permiten optimizar e integrar los nuevos dispositivos móviles en nuestras comunicaciones de marketing empresarial.
DURACIÓN.-	8 horas de formación + asesoramiento personalizado
CONTENIDOS.-	<ul style="list-style-type: none"> » Las capacidades del móvil. » La integración del móvil en el mix de medios. » APPs en el marketing. » El móvil y la geolocalización. » Planificación de la estrategia de comunicación móvil. » Establecimiento de los objetivos de la campaña móvil. » Tipos de campañas según objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Campañas Multimedia. • Campañas virales y promocionales (productos y marcas). • Campañas de conducción (generación de tráfico POS). • Campañas de lanzamiento (productos- marcas): Campañas onpack – inpack. • Campañas de fidelización. » Métricas: Análisis y resultados.

MÓDULO 8

COMERCIO ELECTRÓNICO

Cómo vender tus productos/servicios a través de Internet

OBJETIVO.-	Englobará el concepto de tienda online en su conjunto: formas de pago a implantar, las soluciones tecnológicas disponibles, el contacto con proveedores y clientes o la integración con la llamada Fan Page.
DURACIÓN.-	16 horas de formación + asesoramiento personalizado
CONTENIDOS.-	<ul style="list-style-type: none"> » La tienda online: Debo tratarlo como otro punto de venta; Debo tratarlo como otro negocio; Debo integrarlo... » ¿Necesito comprar más a mis proveedores para abrir este nuevo canal? » Cómo gestiono el stock. » Cómo integro el inventario de ventas en tienda presencial y online. » Cómo presento el producto (fotos, producción, catálogo...). » Qué soluciones tecnológicas para PYMES hay en el mercado. » ¿Debo cobrar el envío? » ¿Qué pasa con las devoluciones? (logística inversa). » La atención al cliente: ¿debo tener un teléfono específico o el mismo del presencial? » ¿Qué soluciones logísticas hay para PYMES / E-COMMERCE? » ¿Qué soluciones de call center hay para Pymes si es que quisiera externalizar el servicio? » ¿Qué forma de pago implantar? » ¿Es mejor una web que mi Fan Page? » Cómo se integra mi tienda con la Fan Page. » ¿Para qué la web y para qué FP? » Digitalización del punto de venta físico.



MÓDULOS

MÓDULO 9

DIGITAL SHOPPER

Cómo integrar medios digitales en tu empresa

OBJETIVO.-	Acercará la mejora de la experiencia del cliente a través de medios digitales.
DURACIÓN.-	5 horas de formación + asesoramiento personalizado
CONTENIDOS.-	<ul style="list-style-type: none">» Cómo mejorar la experiencia del cliente a través de medios digitales.» Cómo incrementar el negocio a través de medios digitales:<ul style="list-style-type: none">• Oportunidades de mejorar la información.• Oportunidades de mejora la venta.• Oportunidades de generar base de datos.» La integración con la web, redes sociales, móvil y e-commerce.» La mejora de los momentos de la verdad a través de medios digitales.

MÓDULO 10

ALIANZAS CLAVE EN LOS SERVICIOS DE MARKETING

OBJETIVO.-	Cómo gestionar alianzas clave en los servicios de marketing a proveedores.
DURACIÓN.-	8 horas de formación online + asesoramiento personalizado.
CONTENIDOS.-	<ul style="list-style-type: none">» El Plan de Ejecución» La organización interna y externa en la ejecución de un plan» Proceso de selección de proveedores» Ciclo de compras» Seguimiento y optimización de la relación con suministradores de servicios de marketing» Tipos de relación con los proveedores» Migración de proveedores» Cláusulas y penalizaciones» Modelos win-win» Desarrollo de un caso práctico.



E-DIR no es un programa directivo de negocio digital convencional, sino un completo plan de entrenamiento en la nueva Economía Digital. La metodología de ESIC Business & Marketing School centra su acción en la filosofía “aprender haciendo”. Por ello, el programa combina la formación presencial con sesiones de asesoramiento, masterclass y encuentros de networking. El objetivo metodológico busca el desarrollo de actividades y dinámicas que estimulen la participación, la reflexión y el compromiso de actuar.

» **Formación presencial.-**

Centrado en los conceptos, casos y best-practices de las disciplinas digitales que más impacto tienen en la gestión estratégica y de toma de decisiones de la empresa. Las sesiones se llevarán a cabo en una jornada completa de 8 horas (mañana y tarde*).

» **Aula virtual.-**

Proyectada como apoyo a las sesiones presenciales, es una plataforma online desarrollada a medida para comunicarse con ponentes, consultores y compañeros, acceder a documentación y recursos (vídeos, e-books, bibliografía, links, etc.), y reunirse de forma virtual gracias a nuestra herramienta de web conference.

» **Masterclass.-**

Seminario práctico de 4 horas sobre búsqueda de nuevos modelos de negocio.

» **Networking.-**

Encuentros profesionales, de dos horas y media de duración, dirigidos e impartidos por expertos en temática digital y con reconocida trayectoria profesional, con el fin de fomentar el intercambio de experiencias.

» **Asesoramiento individual.-**

Asesoramiento a cada participante para el diseño e implementación de un Plan de Innovación en Negocio Digital dirigido a su empresa. Las sesiones de asesoramiento siguen la metodología de Transformación Digital i-3**, están lideradas por profesionales acreditados en dicho sistema de transformación digital, son individualizadas y se distribuyen a lo largo del programa, combinando el formato presencial con el formato online.

* Desayunos y comidas en las sesiones presenciales ya incluidos en el importe del Programa.

** i.3, el primer sistema de Transformación Digital Inteligente, se construye sobre la base de una metodología robusta y probada en la que se certifican profesionales y empresas proveedoras de servicios digitales.



El Programa e-DIR contará con profesores y consultores del Instituto de Economía Digital. El claustro estará compuesto por los destacados profesionales en activo del Marketing Relacional, Marketing Directo y Marketing Digital, Redes Sociales, CRM, eCommerce, Proximity y Mobile Marketing, Analítica 360°, Gestión de experiencia de Clientes, etc.

Algunos de ellos desarrollan su actividad en las principales consultoras y agencias especializadas. Otros proceden de los cuadros directivos de las más importantes empresas de los distintos sectores empresariales de nuestro país, pero todos ellos imparten sus clases desde un punto de vista práctico, por lo que resultan de una aplicabilidad real e inmediata en el ámbito profesional.

ENRIQUE BENAYAS ALONSO



Director Técnico del Programa e-DIR

Director General del Instituto de
Economía Digital de ESIC

Enrique Benayas, actual Director General y Académico de ICEMD, ha desempeñado diferentes responsabilidades de dirección en multinacionales del sector del marketing, comunicación y tecnologías, siendo Director de Cuentas Saatchi & Saatchi Advertising, Subdirector General McCann Relationship Marketing (Grupo McCann Erickson) y European Director Customer Relationship Marketing Boungiorno MyAlert.

Es miembro del Consejo Formación de ADIGITAL y Miembro del Consejo Académico de ESIC Business & Marketing School. Es Consejero de empresas de nuevas tecnologías y comunicación y Consultor independiente de marketing relacional & interactivo para clientes relevantes, y ponente internacional en numerosos congresos.

JORGE LUCIO SÁNCHEZ GALÁN



Coordinador del Programa e-DIR

Jefe de Operaciones para la Transformación
Digital Inteligente i-3

Jorge Lucio Sánchez Galán es actualmente Jefe de Operaciones de la Certificación de la Metodología i-3, metodología orientada a la Transformación Digital Inteligente de las empresas, es responsable de la ejecución de los productos y servicios i-3, orientados a la gestión digital de extremo a extremo.

Ha desarrollado gran parte de su carrera dentro de Telefónica España, desde el año 2006, como consultor experto en Integración de Procesos y, posteriormente como consultor de Eficiencia y Transformación Estratégica hasta 2015.

Anteriormente fue Gerente CRM en Terra networks, donde se responsabilizó de Estrategia e implantación del CRM. Gestionó la implantación de la Inteligencia de Marketing de Terra España a Terra Chile.

Ha sido jefe de producto del site www.hispamer.es, jefe de investigación de mercados, comercial de grandes cuentas y analista comercial en HISPAMER/PATAGON. También ha trabajado como consultor estratégico para Arroba Networks, DKV seguros, Rusticae o Interesa.com, en el ámbito de reingeniería de procesos digitales y adaptación de los modelos organizativos.

CONCHA SANTIAGO DE BLAS



Directora de Servicios al Cliente, OGILVY

Concha cuenta con más de 20 años como profesional de marketing y comunicación, trabajando para marcas de diversos sectores y con necesidades específicas. Entre ellas cabría destacar: BMW, Cepsa, AXA, Movistar, Renault, ING, Sanitas, Iberia, Seur, Endesa, etc.

Desde 1998 en Ogilvy, como Directora de Grupo de Cuentas a Directora de Servicios al Cliente, ha contribuido al desarrollo de procesos internos de la agencia y en la estrategia de captación de new business. Estratégicamente ha desarrollado funciones de planner, participando en el desarrollo de programas de captación, programas de fidelización, campañas integrales (360º) y estrategias digitales.



JESÚS HERNÁNDEZ



Managing Director, Publixed Media AG

Experto en Mobile Marketing, Marketing Avanzado, Social Media y Tendencias. Uno de los primeros prospectivistas digitales y cazadores de tendencias online en España.

Ha creado campañas y proyectos para Nike, Mars, Disney, Electronic Arts, etc. y participado en estrategias avanzadas de social media marketing político para la CDU de Angela Merkel

Uno de los 100 consultores más influyentes del mundo según la MMA Global. Actualmente es Managing Director de Publixed Media AG. Ha sido responsable de Marketing Online de Indra, Director de Marketing Mobile en Welder Mobile y Country Manager en Europa de YOC.

MANUEL BALSERA



VP Sales & Marketing AMC Networks and Founder-CEO
Start Digital Media, iTRAIN, iMENTOR, P1P

Manuel Balsera ocupa actualmente el cargo de Vicepresident Sales and Marketing de AMC Networks donde dirige todas las áreas de marketing, affiliates, communication, Ad, sales y business development para los más de 20 canales de televisión del grupo.

Además, como inversor y emprendedor, creó el fondo de Seed Capital, Start Digital Media Capital, y más recientemente SEED Digital and Media Capital, así como iTrain-global, que fueron seleccionadas entre las 100 mejores ideas empresariales en 2011 y 2013 por Actualidad Económica. Otros proyectos empresariales son n-Screens, Primera Plana (p1p), Worktel, Nativead, Bugaloop, etc.

Anteriormente ocupa el puesto de CEO de CP Proximity BBDO, y entre 2007 y 2011 ha desempeñado varios puestos directivos en ONO, Chellomedia Multicanal o GGA-Vivendi, entre otras compañías.

PILAR MILLÁN GALANTE

Social Media Manager, GRUPO PRISA



Pilar Millán es experta en Comunicación Corporativa. Actualmente es Responsable de Social Media del Grupo PRISA.

Trabajó durante varios años en los equipos de producción de programas de Antena 3 Televisión antes de dar el salto internacional a Alemania, donde trabajó como responsable de prensa de la expansión española de la eCommerce MYDAYS en Munich.

Tras el paso internacional, Pilar vuelve a España como DIRCOM de la startup Disfrutalia. Un año más tarde pasa a formar parte del equipo de Social Media de la agencia digital 101, hasta su incorporación en el Grupo PRISA.

SANTIAGO HERMOSA MARTÍN

Director General, Doble O



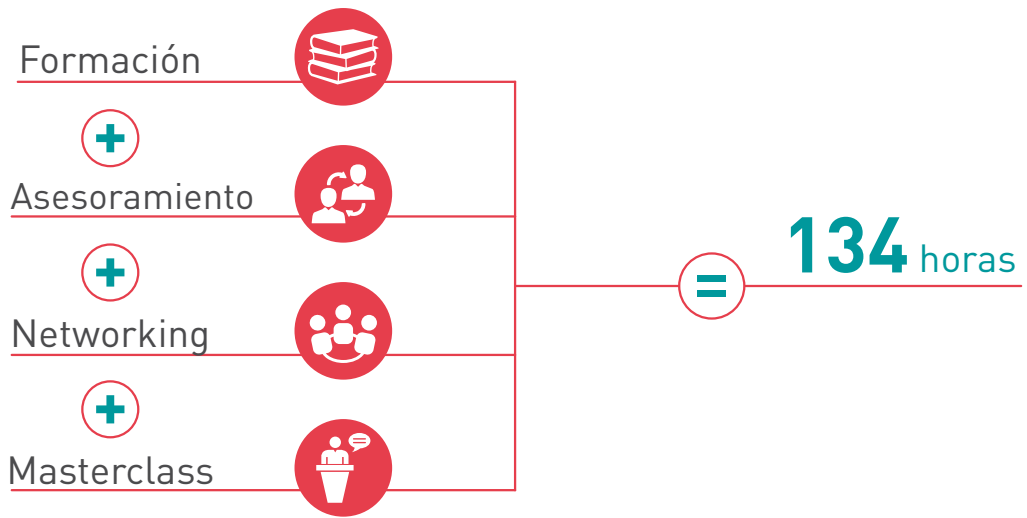
Santiago empezó su trayectoria profesional en 2000 trabajando como editor online en ritmic.com, portal musical de la desaparecida eresMas, y en portaldisco.com, el primer proyecto de comunidad online 2.0 en España. A finales de 2001 comenzó a trabajar como Search Marketing Executive en el Departamento de Marketing de eresMas, especializándose en Posicionamiento Natural (SEO) y Pago Por Click (PPC).

En los años 2006 y 2007 trabajó como Senior SEO Strategist y especialista en Gestión de la Reputación Online en Altogether Digital, una de las agencias digitales líderes en el Reino Unido.

En 2008 se unió a Arroba Networks como Socio Director del área de Marketing Interactivo y a mediados del 2009 comenzó un proyecto paralelo, dobleO, una consultora especializada en desarrollar campañas de Gestión de la Reputación Online y de Marketing en Buscadores y Medios Sociales.



INFORMACIÓN



CALENDARIO

El programa de Negocio Digital e-DIR comenzará a impartirse el 28 de abril con actividades que se desarrollan a lo largo de 134 horas divididas en:

- » Formación y asesoramiento: para el diseño del Plan de Transformación Digital de cada empresa en función de sus necesidades y objetivos de digitalización (111 h)
- » Encuentros profesionales con expertos en innovación en modelos de negocio (networking) y Masterclass en Nuevos Modelos de Gestión en entornos digitales (7 h)
- » Presentaciones individuales de los Planes de Transformación digital y análisis por parte del equipo de expertos (16 h)

 Sesión Formativa

ABRIL					MAYO				
L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
				1	2	3	4	5	6
4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
25	26	27	28	29	30	31			

JUNIO					JULIO				
L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
		1	2	3					1
6	7	8	9	10	4	5	6	7	8
13	14	15	16	17	11	12	13	14	15
20	21	22	23	24	18	19	20	21	22
27	28	29	30		25	26	27	28	29

*Las fechas propuestas son susceptibles de posibles variaciones atendiendo a razones académicas

LUGAR

La Confederación de Empresarios de Albacete (FEDA) acogerá las jornadas de formación presencial, las sesiones de consultoría personalizada y los encuentros de networking (c/ de los Empresarios, 6. Albacete)

INSCRIPCIÓN

A través de formulario en www.fundacioncajaruralcastillalamancha.es o contactando con Rafael Álvarez Félix en ralvarez@cajaruralclm.es o en el teléfono 649 826 131.

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

- » El programa tiene un precio de **8.000 euros** por alumno y está becado por la Fundación, teniendo un precio final de **3.990 euros**¹; con posibilidad de financiarlo con Caja Rural Castilla-La Mancha en dos años sin intereses².
- » Los derechos de inscripción incluyen: **docencia, desayunos, almuerzos de trabajo, documentación y formar parte del Club de Alumnos de la Fundación**, pudiendo disfrutar de las condiciones ventajosas que la Fundación tiene con diferentes partners.
- » **En concepto de reserva de plaza se abonarán 400 euros**. Esta cantidad se hará efectiva una vez que el comité de admisiones comunique al candidato que su solicitud de admisión ha sido aceptada. El resto del importe se abonará antes del inicio del programa o podrá ser financiado hasta en dos años sin intereses².
- » Acción formativa bonificable a través de la Fundación Tripartita, solicite más información sobre cómo gestionar esta ayuda de forma gratuita.

TITULACIÓN

La titulación será otorgada por ESIC Business & Marketing School e ICEMD.

Los participantes entrarán a formar parte como antiguos alumnos del Banco de Profesionales ICEMD, y de ESIC Alumni.

ADMISIÓN

Comité de selección:

- » **ESIC Business & Marketing School**
- » **Instituto de Innovación y Competitividad
Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha**

¹Consulte las [condiciones](#) de la beca con la Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha.

²Consulte condiciones especiales de financiación con Caja Rural Castilla-La Mancha.



El Instituto de Innovación y Competitividad de la Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha nace con la vocación de impulsar el desarrollo socioeconómico de los territorios donde la entidad ejerce su actividad financiera, con énfasis en la innovación, la competitividad y el emprendimiento. Los pilares sobre los que se asienta la acción del Instituto son el cooperativismo, el sector empresarial, la administración pública y la apuesta por el talento.

Con una innovadora forma de concebir el crecimiento rural, el Instituto es el instrumento que aglutina y desarrolla todos los programas de formación, investigación, consultoría y creación de nuevas empresas de la Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha. La creación en 2014 del Instituto supone una apuesta firme por el progreso y la creación de nuevos negocios, sin olvidar los programas de apoyo a la cultura y de acción social, enmarcados en el Área Social de la Fundación.



La historia de **ESIC**, Business & Marketing School está íntimamente ligada al mundo empresarial, desde su creación en 1965, ha invertido todos sus esfuerzos en formar a los mejores profesionales para las empresas. Hoy, 50 años después, ESIC está posicionada como la escuela líder en marketing, reconocida, dentro y fuera de nuestras fronteras, como uno de los mejores centros formativos en esta área. Con más de 40.000 antiguos alumnos, ESIC es centro de referencia para empresas y profesionales.

ICEMD, el Instituto de la Economía Digital es la apuesta de ESIC por el estudio, el análisis y la incorporación de disciplinas innovadoras en los nuevos modelos digitales de negocio y de comunicación, con el objetivo principal de preparar a los profesionales del hoy y del mañana en estrategias digitales.

Se distingue por su cercanía al mundo empresarial y su enfoque práctico, impulsando la competitividad de las empresas españolas y el desarrollo profesional de sus directivos, para ayudarles a competir con éxito en la Economía Digital.

ORGANIZAN



INSTITUTO DE INNOVACIÓN Y
COMPETITIVIDAD | FUNDACIÓN
CAJA RURAL DE CASTILLA-LA MANCHA

IMPARTE



COLABORAN

