DIR-commerce

Programa Integral de Comercio Electrónico

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

ESIC BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

ICEMD INSTITUTO ECONOMÍA DIGITAL | ESIC

CAJA RURAL
CAJA RURAL
CASTILLA-LA MA

- BIENVENIDO-

La **Fundación Caja Rural de Castilla-La Mancha** presenta, dentro de su compromiso continuado por la competitividad empresarial, el Programa Integral de Comercio Electrónico. Una innovadora iniciativa que pretende formar a profesionales para que sean capaces de planificar y gestionar con plenas garantías el canal de venta online, cada día más importante para las empresas.

El mercado digital está llegando a una madurez en el ámbito de los procesos, las organizaciones y los sistemas. Esto ha provocado adicionalmente que las nuevas tecnologías, en su expansión, hayan dado la oportunidad al sector PYME de tener, por primera vez, la ocasión de desarrollar comercios electrónicos con mayor garantía de éxito y sostenibilidad.

De la mano de **ESIC Business & Marketing School**, una de las escuelas de negocios más prestigiosas de nuestro país, y de su Instituto de la Economía Digital (ICEMD), institución puntera en formación en negocio digital, los participantes del **Programa Integral de Comercio Electrónico** aprenderán a trabajar su estrategia de comercio electrónico, adquiriendo las competencias necesarias para desenvolverse con éxito en esta línea de negocio. La metodología combina:

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

Los participantes del programa recibirán de forma paralela a la formación, un servicio de asesoramiento individual en materia de comercio electrónico que permitirá a cada empresa obtener su hoja de ruta y plan personalizado para la puesta en marcha de su estrategia de venta online, que quedará recogida en un **Plan de e-Commerce**.

Un plan a la medida de sus necesidades y situación actual, que contribuirá a aumentar sus ingresos y a maximizar su rentabilidad en el canal online.

Objetivos

01

Hacer del comercio electrónico un eficaz canal de ventas.

02

Diseñar y desarrollar un plan de comercio electrónico personalizado para cada una de las empresas que participen en el programa: un plan de acción que integre las estrategias necesarias para la venta online con éxito.

03

Identificar las oportunidades de negocio, de ingresos y eficiencia en base a la puesta en marcha de plataformas de comercio electrónico.

04

Mejorar la competitividad de las empresas y capturar mayores ingresos a través de este nuevo canal de venta, o analizando e implementando mejoras en su actual estrategia de e-Commerce, si ya cuenta con ella.

05

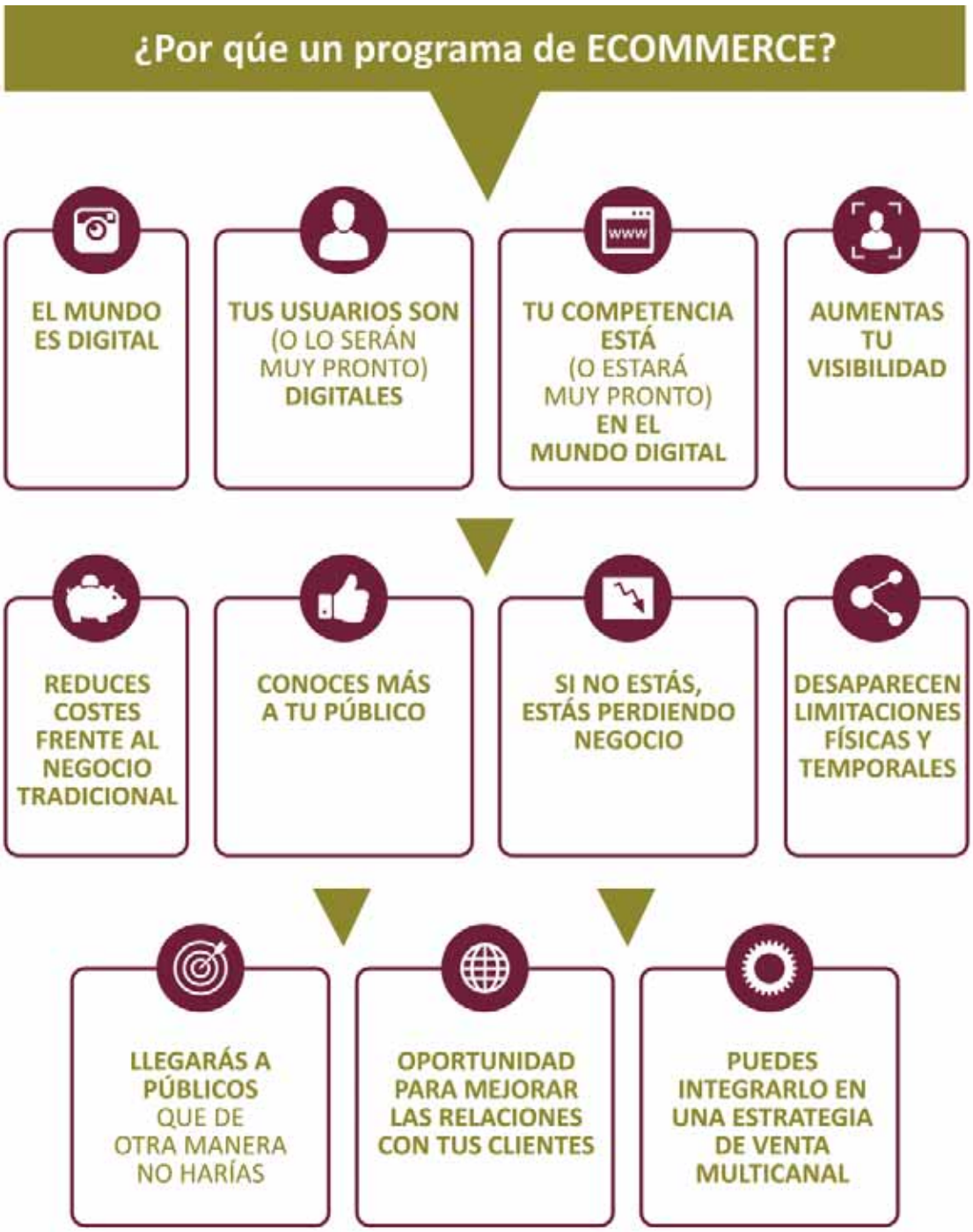
Capacitar a los profesionales para la planificación y gestión de un canal de venta que cada día es más importante.

DIR
-commerce

Perfil

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 el canal de venta online, bien como complemento a otros canales, bien como única estrategia de venta.

Así mismo, también se dirige a profesionales de empresas que aunque ya cuentan con estrategia de e-Commerce, pretenden analizarla e implementar mejoras que favorezcan un aumento de la rentabilidad. Dirigido, en definitiva, a profesionales de empresas en las que el canal online adquiere cada vez mayor importancia, así como aquellas personas que ven en el sector del e-Commerce una salida profesional o una posibilidad de emprendimiento.



Módulos

MÓDULO 1 ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DEL E-COM

→ **Duración:** 8 horas

→ **Contenidos:**

- Definición del plan estratégico
- Análisis introspectivo en busca de oportunidades y fortalezas que puedan ser amplificadas en el medio digital
- Análisis del mercado y la competencia
- Obtención del target primario. Herramientas y variables de segmentación
- El paso de un negocio offline al eCommerce
- Proposición Única de Venta (CANVAS)
- Definición de riesgos y opciones para pivotar
- Ideas para la marca y su posicionamiento
- Portfolio de productos/servicios
- Análisis del impacto del pirateo o copia en el producto/servicio
- Análisis de la política de precios, márgenes, costes y beneficios esperados
- Ámbito del servicio
- Crowdfunding, Kickstarter, Indiegogo…

→ **Práctica:**

- CANVAS con plan estratégico y previsión de demanda a 3 años
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

MÓDULO 2 CÓMO MONTAR UNA TIENDA ONLINE

→ **Duración:** 8 horas

→ **Contenidos:**

- Benchmarking online y offline
- Análisis inicial sobre el que construir la tienda. Percepción de los nuevos clientes y valor diferencial frente al negocio tradicional y la competencia
- Objetivos online y offline
- Recursos disponibles: humanos, técnicos, inmovilizados y nuevos recursos necesarios
- Oportunidades de integración de la tienda física y online en el proceso de venta
- Identificación e implicación de los participantes del proyecto. Plan de reuniones de seguimiento y formato
- La gestión de proveedores y pedidos
- Integración de marcas
- Exploración de las posibilidades de dominios
- Aspectos a tener en cuenta en la implementación y mantenimiento
- Digitalización del punto de vista física e integración con el eCommerce
- Multiidioma, monedas e impuestos
- KPIs fundamentales

→ **Práctica:**

- Case Study: identificación y definición de las distintas propuestas de valor del e-Com
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

MÓDULO 3 GESTIÓN DEL PRODUCTO EN E-COM

→ **Duración:** 8 horas

→ **Contenidos:**

- El momento y lugar concreto para los clientes
- Importancia del embudo de compra
- Definición del catálogo de productos/servicios
- Gestión, estructuración y ordenación del catálogo
- Gestión de subproductos y sus atributos
- Importancia de la ficha de producto
- Elementos de cross-selling que se deben integrar en una ficha de producto
- Presentación de la propuesta de valor a través del diseño
- Consideraciones fundamentales de diseño para hacer una web SEO friendly
- El diseño y la usabilidad para móviles y tabletas
- Landing pages: qué son y para qué sirven
- Los tests A/B: su importancia y cuándo hacerlos
- Medición con Analytics y otras herramientas
- Gestión de proveedores
- Venta de productos de otros fabricantes y negociación con fabricantes o distribuidores B2B
- Fabricación de productos ya existentes en el mercado y productos novedosos

→ **Práctica:**

- Elaboración de una ficha de producto y sus atributos
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

MÓDULO 4 PLATAFORMAS PARA CREAR UNA TIENDA ONLINE

→ **Duración:** 16 horas

→ **Contenidos:**

- Aspectos tecnológicos necesarios para montar una tienda online
- Hospedaje: alternativas, niveles de servicio y soporte
- Outsourcing: KPIs de la monitorización, proveedores, medición del rendimiento web
- Plataforma tecnológica: propia vs open source
- Plataformas tecnológicas más relevantes: Magento, Prestashop, WordPress + WooCommerce
- Opciones disponibles en el mercado: pros y contras de cada solución
- Cómo elegir la mejor opción para el negocio: necesidades y limitaciones
- Aspectos a tener en cuenta en la implementación y mantenimiento
- App o responsive web design
- Multiidioma, monedas e impuestos

→ **Práctica:**

- WooCommerce sobre WoordPress
- Prestashop
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

MÓDULO 5 ASPECTOS FINANCIEROS Y JURÍDICOS DEL E-COM

→ **Duración:** 8 horas

→ **Contenidos:**

- El plan de negocio como punto de partida de rendimiento económico
- La importancia del presupuesto: desde el budget al seguimiento de objetivos
- Cómo diseñar una buena estructura de costes e ingresos
- Cómo medir la rentabilidad y el rendimiento de la tienda online
- Los KPIs necesarios para la gestión de un negocio online
- Búsqueda de inversores y capital
- Salida a mercados secundarios
- Salida a bolsa
- Aspectos jurídico-prácticos en comercio electrónico
- Normativa aplicable en materia publicitaria en el ámbito estatal
- Implicaciones legales en comercio electrónico
- Responsabilidades legales en comercio electrónico
- Responsabilidades subsidiarias en la subcontratación de fases de la cadena de valor
- Implicaciones legales en la comunicación de características y precios

→ **Práctica:**

- Caso de negocio a 3 años con principales partidas de coste
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

MÓDULO 6 ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DE LA VENTA

→ **Duración:** 16 horas

→ **Contenidos:**

- Carrito de compra
  - _Cómo debe ser el carrito de compra
  - _Carritos de compra abandonados: análisis
  - _El *upselling* en el carrito de la compra, *whish list* e integración
- Medios de pago
  - _TPV virtual y TPV integrado
  - _Otros medios de pago: PayPal, pago con móvil…
  - _La multicanalidad y el pago
  - _Medios de pago e internacionalización
- Logística
  - _Logística/logística inversa, *picking* y *packaging*
  - _Diferentes servicios logísticos y diferentes estructuras de empresas de Courier
  - _Empresas logísticas y análisis de una oferta de logística.
  - _El *packaging* de la compra y el e-albarán
  - _Cómo medir la calidad de un servicio de logística
  - _Medición de la calidad de logística: incidencias y su tratamiento
  - _Gestión de *stock* y su implicación con al tienda física con eCommerce

→ **Práctica:**

- Case Study: Gestión de la logística inversa
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

MÓDULO 7 MARKETING 360º E-COM

→ **Duración:** 24 horas

→ **Contenidos:**

- Usabilidad y experiencia de compra
- Gestión de puntos de entrada y abandono en el e-Commerce
- Análisis de navegación y zonas calientes
- Análisis y reducción de la tasa de rebote
- Captación de tráfico cualificado
- El marketing de contenidos
- Advertising, behavorial targeting y retargeting con display
- Cómo crear emails que logren seducir y vender
- Marketing de afiliación y RTB
- SEM y SEO aplicados a comercio electrónico
- Social Commerce: cómo integrar las redes sociales en la tienda
- Integración de ventas en Google Analytics
- Definición de KPIs de un eCommerce y tabla de mando

→ **Práctica:**

- Alta y configuración básica de Google Adword
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

MÓDULO 8 CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

→ **Duración:** 16 horas

→ **Contenidos:**

- eCRM
- La ficha de cliente
- Análisis de información y *Big Data* orientado a la venta
- Política de reclamaciones y devoluciones: comentarios de los clientes
- Satisfacción del cliente
- Logística de atención al cliente
- Call center del cliente en preventa, venta y postventa
- Resolución de conflictos en redes sociales y en canales digitales
- Carritos abandonados: causas y remarketing
- Cómo aumentar el promedio del carrito de compra: *upselling, cross-selling* y *behavioural marketing*
- Estrategia de descuentos y ofertas personalizadas
- Club de venta privada
- Club de puntos
- Activación de campañas de venta exprés
- Automatización y gestión de las campañas

→ **Práctica:**

- Herramienta de comentarios de recomendación (*upsell*) o recuperación del carrito
- Sesión individual de asesoramiento para el desarrollo del Plan de e-Commerce

Metodología

DIR-commerce no es un programa de formación convencional, sino un completo plan de entrenamiento en el que el participante nunca estará solo. 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 dinámicas que estimulen la participación, la reflexión y el compromiso de actuar. Esta metodología permite al alumno desarrollar su proyecto en base al rol que desee asumir: desarrollar un proyecto e-Commerce sobre una empresa actual (con canal online), o bien desarrollar un proyecto sobre una empresa que aún no cuenta con estrategia de e-Commerce.

FORMACIÓN PRESENCIAL

Se trata de una formación eminentemente práctica. Los profesionales que imparten las sesiones aprovechan la formación para hacer pensar, discutir, reflexionar y trabajar sobre los aspectos más importantes del contenido de cada sesión, con ejercicios y prácticas en grupos basados en las experiencias reales de empresas españolas, de otros países europeos o latinoamericanos. Contempla módulos que permiten tener un conocimiento de E2E del e-Com, con **contenidos que se ajustan a la realidad del mercado** y, especialmente, a las empresas posicionadas en Castilla-La Mancha. Las sesiones se llevarán a cabo en una jornada completa de 8 horas (mañana y tarde[1]).

MASTERCLASS

Seminario práctico en el que un profesional experto, de reconocido prestigio en el ámbito de la economía digital, compartirá con los alumnos reflexiones ideas y opiniones sobre su experiencia en la transformación digital de la empresa.

NETWORKING

Una sesión dirigida e impartida por un experto en la materia, en la que se darán encuentro profesionales con las mismas inquietudes: apasionados del entorno digital y con necesidad y alta motivación de capacitarse para poder desarrollar importantes responsabilidades de gestión empresarial digital.

ASESORAMIENTO INDIVIDUAL

Asesoramiento a cada participante para el **diseño e implementación de un Plan de e-Commerce dirigido a su empresa**, haciendo el seguimiento necesario para una correcta planificación de estrategias que le permitan ser más competitivos en su sector gracias al comercio electrónico. 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.

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.

1. Desayunos y comidas en las sesiones presenciales ya incluidos en el importe del programa.

Claustro

ENRIQUE BENAYAS ALONSO

- **Director Técnico del Programa DIR-Com**
- **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 DIR-Com**
- **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.

MARCOS BLANCO

- **Directivo en agencias digitales y de publicidad**
- **Socio fundador y Director Ejecutivo de la agencia digital Gestazion.com**

Conferenciante habitual en eventos del mundo digital y formador en materias como marketing on line, comunicación digital y social media. Autor del libro "Cómo conseguir 10.000 seguidores en Twitter". Miembro activo de IAB Spain donde trabajó para medir la efectividad del marketing en medios sociales.

Marcos lleva más de quince años dedicados al mundo digital colaborando con marcas nacionales e internacionales. Además, desde Junio de 2012, inmerso en una nueva aventura: la red social de recetas de cocina: www.recetizate.com

Cuenta con amplia experiencia en acciones de publicidad online, promoción digital, fidelización, redes sociales, y gamification para multitud de marcas como: Axe, Banco Cetelem, Bimbo, Boehringer Ingelheim, Colhogar, Dove, Dexeus Salud de la Mujer, Flora, Frigo, Fundación Biodiversidad, LeasePlanGo, Lilly, Lipton, Magnum, MSN, Pond´s Institute, Prosegur, Rexona, Sener, Sony, Skip...

ÁLVARO GIL-NAGEL

- **Especialista en eCommerce, marketing digital y y en gestión y transformación digital de Empresas**

Desde septiembre 2015 trabaja como Consultor de marketing y transformación digital en KANLLI. Álvaro también es actualmente consultor y formador en el desarrollo de negocio digital y estrategias de marketing digital.

Anteriormente ha trabajado como Ecommerce Manager en Famosa, como responsable del desarrollo de negocio: ecommerce B2C y marketing digital. También ha trabajado en empresas líderes en sus sectores como Unidad Editorial y Alcatel.

En el año 2006 fundó Ventura Producciones, dedicada a la creación de portales y sitios de comercio electrónico: Elbebe.com, Tienda.elbebe.com y CanalPadres.com

También trabajó como Primer Director Comercial y Director Gerente para Elmundo.es (Unidad Editorial), y como Director de Distribución para Servicom.

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, comunication, 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.

JOSÉ LUIS FERRERO

- **Senior Manager eCommerce & Business Development, Philips**

José Luis comenzó su carrera en Philips en 1995. Ha pasado por diversos puestos en Marketing y Ventas que le han dado una amplia experiencia en todo tipo de Canales de Distribución. Además, ha sido responsable de Desarrollo de Negocio de programas de Fidelización en Supermercados a nivel Internacional, con experiencia en acciones en toda Europa. Actualmente lidera el equipo de eCommerce y Desarrollo de Negocio en España.

Miembro fundador del Club de Dirigentes de Comercio Electrónico. En 2013 participó en la fundación del Club de Dirigentes de Comercio Electrónico de España, CDCE, del cual es Vicepresidente. Participa en la Asociación Nacional de Gamifi cación, ANAGAM, como vocal de su junta directiva.

Ha sido ponente en eventos internacionales como eDeal Summit (Londres) y SoLoMo Summit (Madrid).

Información

Formación presencial
+
Asesoramiento personalizado
+
Networking
+
Masterclass

137 HORAS

→ CALENDARIO →

El programa de comercio electrónico DIR-commerce comenzará a impartirse el 21 de abril. Las actividades se desarrollan a lo largo de 137 horas divididas en:

- Formación presencial y asesoramiento personalizado (115 h)
- Networking de emprendimiento y Masterclass de transformación digital (7 h)
- Presentaciones individuales de los Planes de e-Commerce y análisis por parte de equipo de expertos (15 h)

ABRIL

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

MAYO

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

JUNIO

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

JULIO

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

FORMACIÓN PRESENCIAL

→ LUGAR →

La sede de FECIR en Ciudad real acogerá las jornadas de formación presencial, las sesiones de asesoramiento personalizado y los encuentros de networking

→ INSCRIPCIÓN →

A través de formulario en www.fundacioncajaruralcastillalamancha.es o contactando con Rafael Álvarez 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 intereses[2]. 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€. 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 intereses[2]. **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 de ICEMD y de ESIC Alumni.

→ ADMISIÓN →

Comité de selección:

_ESIC Business & Marketing School

_ Instituto de Innovación y Competitividad Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha

1. Consulte las condiciones de la beca con la Fundación Caja Rural Castilla-La Mancha.
2. Consulte condiciones especiales de financiación con Caja Rural Castilla-La Mancha.

INSTITUTO DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD | FUNDACIÓN CAJA RURAL DE 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.

ESIC BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

ICEMD INSTITUTO ECONOMÍA DIGITAL | ESIC

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.

DIR-commerce

ORGANIZA

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

IMPARTE

ESIC BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

ICEMD INSTITUTO ECONOMÍA DIGITAL | ESIC

COLABORAN

fecir federación empresarial de ciudad real

CAJA RURAL CASTILLA-LA MANCHA

cecam CEOE - CEPYME CASTILLA - LA MANCHA