



**e&s**

Executive  
**MBA**

1. ¿Porqué un Executive MBA en e&s?
2. **e&s** escuela superior de negocios
3. El Programa Executive MBA
4. Contenidos del Executive MBA
5. Perfil del alumno
6. Metodología
7. Profesorado
8. Recomendaciones- Networking

## ¿Por qué un Executive MBA en e&s?

### UN PROGRAMA PRACTICO,

la metodología del caso pone al alumno en situaciones reales y crea un marco de debate. Además, todos los profesores combinan tareas académicas con el asesoramiento a empresas.

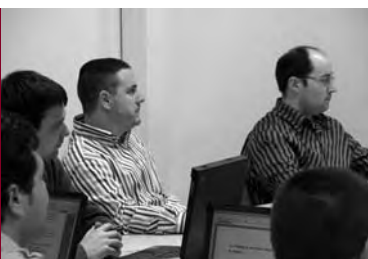
### SOLO PARA PROFESIONALES

**e&s** es la única escuela de negocios de la Comunidad Valenciana que se dedica exclusivamente a la formación de profesionales.

No sólo aprenderás de los profesores sino también de los propios alumnos provenientes de diferentes sectores.

### PERSPECTIVA DE DIRECCION GENERAL

El Executive MBA de **e&s** se caracteriza por ser un programa que capacita al alumno para entender y ocupar cualquier puesto dentro de una organización. La metodología se orienta hacia la toma de decisiones de dirección general y se transforma al alumno para crear el hábito de analizar y tomar decisiones.



## e&s

# Escuela Superior de Negocios

### ORIENTADA A DIRECTIVOS

**e&s** Escuela Superior de Negocios es el **único centro formativo de la Comunidad Valenciana dedicado exclusivamente a la formación de directivos** o personas con experiencia y potencial para llegar a serlo.

Se creó en el año 2004, está reconocida por el diario económico Expansión entre las principales escuelas de negocios españolas y desde entonces ha apostado por proporcionar una formación de alta dirección que permita a las empresas de nuestro entorno avanzar en un mercado cada vez más competitivo.

### ADAPTACION AL ENTORNO

**e&s** no sólo mantiene un contacto profundo con la realidad empresarial sino que uno de los éxitos de e&s ha sido proporcionar a las empresas cercanas soluciones adaptadas a sus necesidades.

**e&s** se configura como una entidad que atrae conocimiento y lo adapta a las necesidades de las empresas cercanas a través del asesoramiento a empresas y la investigación de su claustro.

### INVESTIGACION Y CLAUSTRO

**e&s** mantiene una apuesta decidida por la investigación que le permita estar a la vanguardia en la transmisión de nuevos conocimientos y en la investigación de las especificidades que tienen los sectores más próximos a la escuela.

Entre las actividades investigadores destaca la creación en el año 2006 de la Cátedra Lubasa de Desarrollo Humano en la Empresa, cuyo objetivo es innovar en herramientas de recursos humanos y concienciar al tejido empresarial.

## ¿Qué se hace en un año?

### El programa

#### APLICACION RAPIDA DE LOS CONOCIMIENTOS

Los alumnos se reúnen en grupo, toman decisiones, estudian casos reales, analizan datos, distribuyen funciones. Por eso, desde el primer día los graduados pueden integrarse en un equipo de trabajo y aplicar los conocimientos adquiridos.

#### SE DISTRIBUYE LA CARGA DE ESTUDIO

Dado que los asistentes al programa son personas que han de compaginar su trabajo con la asistencia a las clases y se requiere una dedicación con antelación a cada sesión, se distribuyen las clases de forma que el alumno reciba una carga de trabajo constante y asumible durante toda la duración del programa.

### Las modalidades

#### PART TIME

El Executive MBA Part Time se imparte de forma que puedas compaginar tu vida profesional con el programa. Se realiza los viernes de 19.00 a 21.00 y los sábados de 9.00 a 14.00 desde octubre hasta octubre del año siguiente.

Se trata de una modalidad en la que el tiempo dedicado al programa se divide a partes iguales entre las horas presenciales en la escuela y las horas dedicadas en el domicilio del alumno.

#### QUINCENAL

Para aquellas personas que no disponen de todos los fines de semana o, simplemente, no quieres invertir todo tu tiempo personal que de otra manera dedicarías al trabajo o al ocio hemos creado el Executive MBA Quincenal.

Se imparte durante fines de semana alternos en horario de viernes tarde de 19.00 a 21.00 y sábado de 9.00 a 14.00 y se prolonga desde octubre hasta el octubre del siguiente año. Esta modalidad te permite mayor flexibilidad no sólo a nivel profesional sino también disfrutar de más tiempo en lo personal.

Sin embargo, la modalidad quincenal exige más horas de dedicación fuera de la escuela ya que las horas presenciales se han reducido respecto a las de la modalidad Part-Time. Para apoyarte en el estudio fuera de la escuela hemos establecido unas horas de tutorías en grupos muy reducidos.

Con ello se logra que el alumno pueda no sólo resolver sus dudas respecto de las materias sino adaptar los contenidos a las necesidades del alumno en su puesto de trabajo ya que le permite resolver las dudas que le surgen en el día a día.

# Executive MBA

## ¿POR QUE EL EXECUTIVE MBA DE e&s ES UN PROGRAMA DE PRESTIGIO?

En primer lugar, los **alumnos** son directivos o personas con experiencia y potencial para llegar a serlo, seleccionados tras un riguroso proceso de admisión, procedentes de diversos sectores, cargos, que se integran en equipos cuidadosamente diseñados para enriquecer el proceso de aprendizaje.

En segundo lugar, el **clastro**, esta formado por profesores que conjugan la formación con el asesoramiento a las empresas. Por tanto, a través de la investigación, la formación y la consultoría, nuestros profesores están en contacto con la realidad empresarial y a la vanguardia en la creación de conocimiento.

En tercer lugar, la **metodología**, que mediante el uso del método del caso situamos al alumno ante un caso real con el objeto que tome decisiones.

En cuarto lugar, los **contenidos**, adaptados a las necesidades empresariales de nuestra zona, consecuencia de la formación y el asesoramiento que el equipo de e&s realiza en las mismas.

José Alberto Fortanet  
Executive MBA 07/08

Supervisor de Mantenimiento  
en UBE Corporation Europe



Como ingeniero industrial, la formación generalista que he recibido está muy centrada en el área técnica. Tras casi nueve años de experiencia profesional y cinco de gestión de equipos de trabajo, he ido descubriendo nuevas necesidades de formación en áreas como gestión, finanzas o habilidades directivas.

Gracias a actividades formativas promovidas por mi empresa, entré en contacto con **e&s**. Aquellos cursos me impactaron enormemente pues me hicieron ver todo el potencial que cualquier director, mando intermedio o en definitiva gestor, podía llegar a alcanzar con la formación y las herramientas adecuadas.

El Executive MBA me brindaba la posibilidad de ampliar todos estos campos y realmente lo ha hecho con creces. La metodología utilizada y la experiencia y motivación de los profesores han sido fundamentales. A esto es necesario añadir el gran ambiente de trabajo entre los compañeros cuya distinta formación y experiencia ha aportado mucho valor a los conocimientos adquiridos.

En un mercado sometido a cambios continuos, el directivo que sea capaz de tomar las decisiones con el mejor criterio y la mayor rapidez dispondrá de la mayor probabilidad de éxito.

# Contenidos del Executive MBA

Habilidades Directivas	Liderazgo y Delegación Negociación Coaching
Contabilidad Financiera y de Gestión	Contabilidad para la Dirección Contabilidad de costes: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Costes por actividades</li> <li>. Costes estándar</li> </ul>
Dirección Económico Financiera	Interpretación de Balances y Cuenta de Resultados Finanzas Operativas: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Gestión de clientes y Stocks</li> <li>. Gestión de proveedores</li> <li>. Gestión de la estacionalidad</li> <li>. Gestión de impagados y pronto pago</li> <li>. Gestión de la tesorería</li> </ul> Inversiones y valoraciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Introducción a las inversiones</li> <li>. Cash-flow o flujos de caja</li> <li>. VAN y TIR</li> <li>. Riesgo, tasa de descuento y coste de capital y deuda</li> <li>. Valoración de empresas</li> </ul> Financiación a largo plazo: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Estructura óptima de financiación</li> <li>. Apalancamiento financiero y su influencia sobre los beneficios</li> <li>. Medios de financiación bancaria y parabancaria</li> <li>. Estrategias de dividendos</li> </ul>
Entorno Económico y Aspectos Jurídicos	Entorno jurídico aplicado a dirección general Análisis económico de países
Control de Gestión	Proceso Presupuestario: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Balance previsional</li> <li>. Cuenta de resultados previsional</li> <li>. Presupuesto de tesorería</li> </ul> Sistema de Información de la Gestión: <ul style="list-style-type: none"> <li>. Planificar para gestionar</li> <li>. Cuadro de Mando Integral</li> </ul>

<p><b>Dirección Estratégica</b></p>	<p>Modelo de Dirección General:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>.Negocio: <ul style="list-style-type: none"> <li>-¿Cómo gana dinero mi negocio?</li> <li>-¿Cuál es mi posición frente a los competidores y en la cadena de valor?</li> </ul> </li> <li>.Palancas de cambio: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seleccionar, motivar y medir</li> </ul> </li> <li>.Qué Recursos humanos necesita mi empresa</li> <li>.Qué cultura debe imperar</li> <li>.Estructura institucional: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consejo de administración y gestores</li> </ul> </li> <li>.Organización de la estructura directiva</li> </ul> <p>Elección e Implantación de la Estrategia</p>
<p><b>Dirección de Operaciones</b></p>	<p>Planificación de la Producción  Sistemas de Producción  Gestión de Compra y Aprovisionamiento  Gestión de stocks</p>
<p><b>Dirección de Marketing</b></p>	<p>Introducción al Marketing  Posicionamiento y Segmentación  Marketing Mix:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>.Política de Producto: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ciclo de vida de los productos y como alargarlo</li> <li>-Diseño del producto y su oferta</li> <li>-La marca: del fabricante y del distribuidor</li> <li>-Innovación del catálogo</li> </ul> </li> <li>.Política de Precio: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Métodos para la fijación de precios: por el coste, la percepción de valor y la competencia</li> <li>-Fijación del precio según el ciclo de vida</li> <li>-Comportamiento del consumidor respecto del precio</li> </ul> </li> <li>.Política de Distribución: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Selección y control de los canales de distribución</li> <li>-Canales: mayorista, minorista, franquicias</li> </ul> </li> <li>.Política de Comunicación: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Estrategia de comunicación</li> <li>-Comportamiento del consumidor frente a la comunicación</li> <li>-Publicidad y publicidad no pagada</li> <li>-Promoción</li> <li>-Relaciones Públicas</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>Dirección Comercial</b></p>	<p>Introducción a la Nueva Venta:   .Técnicas de venta    .Orientación al cliente</p> <p>Dirección de Equipos Comerciales:   .Selección, motivación y retribución    .Organización del tiempo comercial</p> <p>Planificación y Control Comercial:   .Previsión de Ventas</p>
<p><b>Dirección de Recursos Humanos</b></p>	<p>Planificación de los Recursos Humanos  Selección y Gestión por Competencias  Organización empresarial  Evaluación del Desempeño y Feedback 360°  Dirección por objetivos y remuneración variable</p>

## Habilidades Directivas

Toda estrategia, toda infraestructura debe ser dirigida y ejecutada por personas que han de estar motivadas para que tanto el directivo como éstas sean productivas. En este punto se encuentra la variable que hace diferente una organización de otra y, en ese sentido, una empresa debe tener líderes que sepan influir en sus colaboradores para que los sigan. Tras este módulo el asistente dispondrá de las herramientas necesarias a fin de entender el comportamiento de los individuos a la vez que sabrá dirigir, motivar y controlarlos para que su trabajo sea más efectivo.

## Dirección comercial

¿El equipo comercial asesora a mis clientes?  
¿Debo optar por una fuerza de ventas propia o ajena? ¿Cómo aumento la productividad de mi fuerza de ventas? ¿Cuál es su remuneración más adecuada?

## Contabilidad de Gestión y Financiera

El incremento de los costes indirectos ha desvirtuado los tradicionales sistemas de costes, por tanto, en este módulo se trata de que el alumno conozca sistemas de costes con el objeto que obtenga información veraz sobre los mismos.

Por otra parte, el alumno adquirirá los conocimientos necesarios para comprender los conceptos de la contabilidad financiera e interpretar la información económico-financiera.

## Dirección Estratégica

En este módulo se estudiará como realizar un diagnóstico de la realidad de la empresa, cómo elegir hacia donde ha de dirigirse y qué cuestiones es necesario tener en cuenta al implantar la estrategia elegida.

Para ello se va a tratar un modelo de dirección general que abarca los siguientes temas: ¿Cuál es el proceso de negocio que hace ganar dinero a la empresa?, ¿Cómo puedo mover la empresa hacia donde yo quiero?, ¿Cómo la organizo?, ¿Qué recursos humanos requiere la empresa? y ¿Qué estructura de poder existe en la misma a nivel directivo?

## Entorno económico y jurídico

Su finalidad es la de comprender las distintas variables que influyen en las distintas economías, las políticas económicas y estudiar métodos para el análisis de las mismas. Por otra parte, se estudiarán la influencia que determinadas figuras jurídicas pueden tener sobre la empresa y el gestor de la misma.

## Dirección Económico-Financiera

En este módulo se estudia como obtener y gestionar los recursos financieros al menor coste posible. Se tratan cuestiones como: ¿Cómo repercute el dar un plazo de cobro a un cliente? ¿Cómo puedo hacer para que mis proveedores me financien? ¿Cuánto vale mi empresa? ¿Qué debo tener en cuenta a la hora de realizar una inversión? ¿Cuánto dinero necesita la empresa tanto a corto como a largo plazo?

## **Dirección de operaciones**

Uno de los cambios más importantes en las empresas actuales ha sido el cambio de ser una empresa desvinculada del resto a formar parte de una red de empresas. Diversos temas serán objeto de este módulo: ¿Subcontrato un producto o lo produzco yo? ¿Cómo puedo lograr que mis proveedores me ofrezcan un producto más barato y de mejor calidad? ¿La cantidad que estoy produciendo es necesaria? ¿Cómo puedo reducir mis gastos en la compra de productos?

## **Dirección de Marketing**

En esta área se tratan los temas esenciales como el marketing mix, pasando por el posicionamiento hasta la segmentación. Nos podríamos preguntar en este apartado: ¿Es rentable especializarse y dirigirse a un solo segmento? ¿Creo varias marcas o sólo una? ¿Qué productos debo lanzar? ¿Cuál es el precio adecuado para cada producto? ¿Es imprescindible la publicidad o hay otras formas de crear una marca?

## **Control de la Gestión**

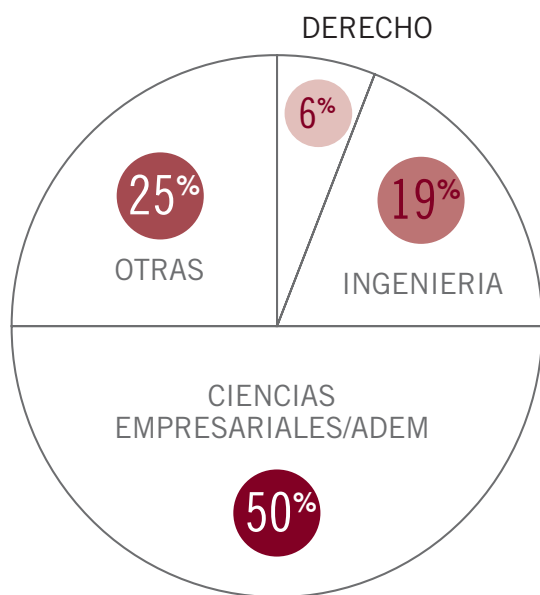
El control de gestión es vital para la obtención de información con la que la dirección tomará sus decisiones. Dicha información debe ser operativa respecto la marcha de los distintos departamentos y estratégica respecto de los cumplimientos de los objetivos estratégicos de la organización. Por tanto, un buen sistema de control de gestión ayuda a explicar donde se gana y se pierde dinero, a comprobar si se cumplen los objetivos de la empresa, y a motivar y delegar en los colaboradores.

## **Dirección de Recursos Humanos**

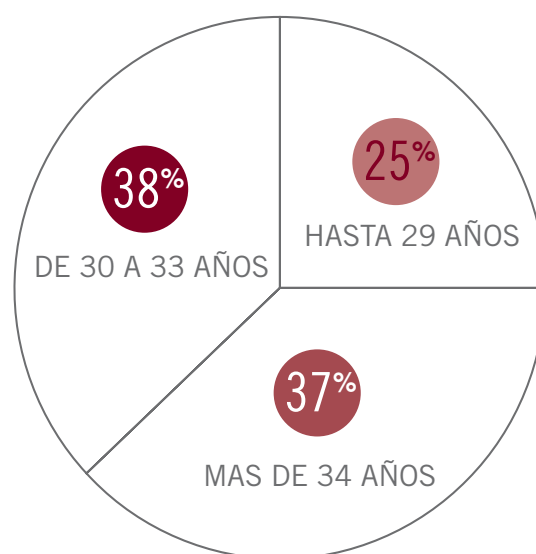
Si bien el éxito de una empresa está directamente relacionada con el talento que ésta posee y en sus inicios ésta se vió impulsada por el talento del fundador. Si la organización crece y se hace necesario incorporar a más profesionales, no podemos obviar que la selección y desarrollo de las personas que integran el equipo directivo es fundamental. Cuestiones como ¿Qué perfil humano precisa la empresa? ¿Cómo puedo motivar e implicar a mis colaboradores con la organización? ¿Qué acciones puedo implantar para retener a los más talentosos?

## Perfil del alumno

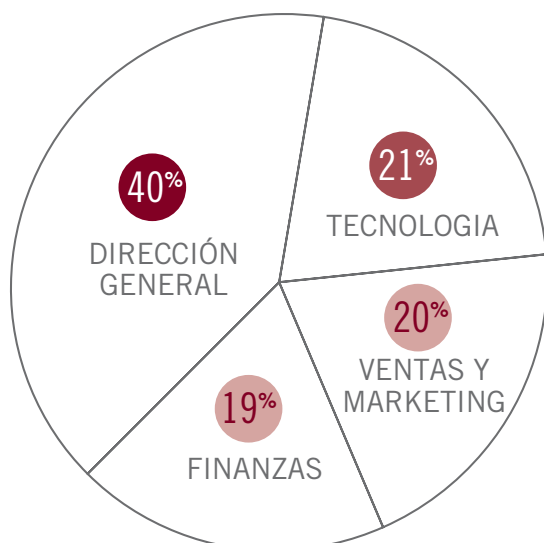
### FORMACION



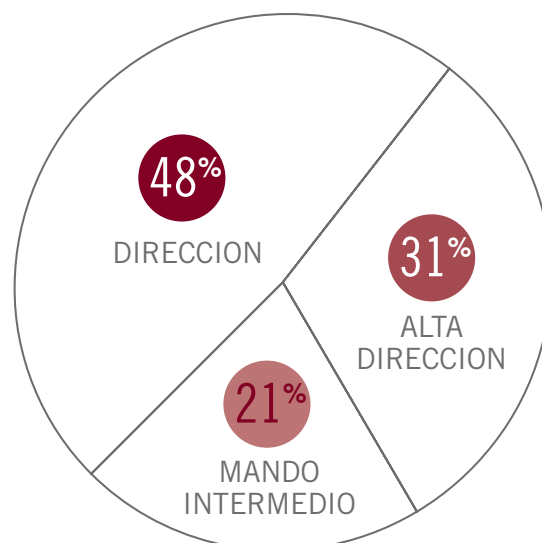
### EDAD



### AREAS FUNCIONALES



### NIVEL DE RESPONSABILIDAD



# Metodología

## Método del caso

Es la principal herramienta metodológica que se utiliza para la adquisición de conocimientos. El método del caso se utiliza como una forma para situar al alumno en una situación real con el objeto de que éste la estudie y tome decisiones.

## Trabajo en equipo

Mediante el método del caso se potencia el trabajo en equipo. Su objetivo consiste en lograr recrear las situaciones que con frecuencia se dan en las empresas con el objetivo de mejorar las técnicas de liderazgo y comunicación de los alumnos.

## Estudio

El Executive MBA está destinado a personas que compaginan su trabajo profesional con el seguimiento del programa. Aunque se requiere del alumno un esfuerzo, en el programa la carga de trabajo se distribuye para que el rendimiento sea el adecuado.

## Role playing

En determinados momentos del programa los alumnos deberán situarse en la posición de un directivo de una empresa descrita en un caso y desempeñar dicho papel para resolver el problema planteado.

## Tecnologías de la información

En ciertas áreas e&s utiliza el software que se utilizaría en una empresa a la hora de implementar las técnicas de gestión que se imparten en el programa. De esta forma, a la vez que se logra que el alumno aprenda haciendo, éste se familiariza con los nuevos sistemas de información.

# Profesorado



## **Pascual Montañés**

Doctor en Economía Política. Considerado como uno de los mejores profesores de estrategia de Europa. Formador de la Alta Dirección del BSCH, Indra y otras empresas del Ibex. Consejero externo de Software AG. Impartirá en seminario de Inteligencia Política.



## **Juan Luis Garrigós**

Licenciado en Derecho. MBA Major en Human Resources. Ha sido Director mundial de Recursos Humanos en Ficoso y Grupo Antolín (ambas multinacionales de la automoción). Coordinador de la Cátedra Lubasa de Desarrollo Humano en la Empresa. Pionero en la introducción de la gestión por competencias en el sector eléctrico español. Profesor Área de Recursos Humanos.



## **Mario Weitz Schneir**

Licenciado en Ciencias Económicas (Universidad de Buenos Aires), master en Economía (American University) USA, Doctor en Economía Phd cand (American University) USA. Ha sido economista en el Banco Mundial (Washington DC), en el Fondo Monetario Internacional (USA), fue economista Jefe para la OEA (USA), Jefe de asesores de Presidentes de varios bancos en Argentina, USA y España. Fue Consejero Delegado en el Fondo Monetario Internacional, Ferrocarriles Argentinos y en varias empresas argentinas de USA y de España. Actualmente es Director General de Consulta Abierta, Profesor de e&s escuela superior de negocios, Consultor de la Comisión Europea y del Banco Mundial en temas económicos y formador en bancos y grandes empresas españolas y europeas. Ha sido miembro Consultor del Informe de la Situación Económica Mundial presentado en Dubai (2003) en la Asamblea del FMI- Banco Mundial.



## **Pedro Palencia**

Licenciado Derecho ICADE. MBA Instituto de Empresa. Ha sido Director de Marketing en Electrolux y Cadena Idea. Profesor del Área de Marketing.



## **Agustín Avilés**

Ingeniero Naval. MBA IESE. Profesor del Instituto SanTelmo, Fundación Bravo Murillo, AESE Lisboa e IESE. Profesor de Negociación visitante.

## **Francisco Bayo**

Licenciado en Empresariales. MBA-ESADE. Asesor de multitud de empresas en el área de control de gestión en Cataluña. Profesor Área de Finanzas.



## **Francisco Mir**

Profesorado Mercantil. Ha sido Directivo Deutschebank y Banesto. Profesor visitante Área de Finanzas.

## **Alberto Montava**

Licenciado en Derecho. Abogado. Profesor Área de Entorno Jurídico.

## **Gonzalo Izquierdo**

MBA IESE. Trabajó en IBERDROLA con la responsabilidad de dar apoyo a los Consejeros en las empresas adquiridas en Sudamérica (Brasil y Colombia y Guatemala). Durante los últimos 9 años ha desarrollado su actividad profesional en el ámbito de las finanzas corporativas y la dirección general en empresas familiares y en el sector público. En la actualidad es Socio Director de ONEtoONE Capital Partners, la mayor organización española especializada en asesoramiento de operaciones corporativas.

**Vicente Montesinos**

Director para Europa de NPD, una de las mayores empresas del mundo en investigación de mercados. Esta especializado en sectores como el de los vídeo juegos, retail, alimentación,..

**José Manuel Donate**

MBA IDE-CESEM. Fue Director de Proyectos Estratégicos en el Grupo Grefusa. Actualmente es asesor de multitud de empresas en el área de Supply Chain Management (gestión logística de la cadena de suministro).

**Alberto Montava**

MBA IESE  
Abogado  
Profesor de Entorno Jurídico



**Francisco Gaya**

Licenciado en Económicas. MBA IESE. Ha sido Director Financiero de empresas industriales y consultor senior durante 20 años. Profesor Titular Área de Finanzas.



**Francisco Duato**

Licenciado en Ciencias Económicas, PDD IESE, Socio-Director de OnetoOne Capital Partners, compañía especializada en el asesoramiento en fusiones y adquisiciones en toda España. Fue Director Financiero en el Grupo Astroc hasta su salida a bolsa. También fue Director Financiero de Irrimon en el Grupo Mondragón. Es ponente en el Manager Business Forum y en el Foro INDECO (Foro de la Innovación, el Desarrollo y la Competitividad). Profesor de e&s escuela superior de negocios.



**Susana Campuzano**

Ha sido Directora de Marketing para Chanel durante 13 años. Directora del Programa en Dirección. Estratégica del Universo del Lujo. Directora de Luxury Advise. Especializada en el Marketing del Lujo, ha asesorado a multitud de empresas para posicionarse como marcas en el High End del mercado. Profesora de Marketing del Lujo.



**Álvaro González**

Socio- Director de Boca-Oreja, empresa que asesora a multitud de empresas del IBEX-35 en el diseño de campañas en Internet. Asesor en el área de innovación, procesos de transformación y Buzz Marketing. Profesor de Buzz Marketing.



**Ramón Ollé**

Considerado por el Wall Street Journal como uno de los mayores conocedores de Brand Management del mundo. Profesor de ESADE de Brand Management en los programas de Executive Education. Es Director de Planificación Estratégica de Grey, multinacional líder mundial en el asesoramiento en la creación de marcas y la comunicación. Profesor de Brand Management.

**José Maria Mateu**

PDD IESE. Autor de libros sobre ventas y marketing y articulista en la Harvard Business Review. Director de Action Learning y experto en técnicas de ventas y productividad comercial. Profesor de Control Comercial.



**Neus Portas**

Ha sido Directora de Planificación Estratégica en campañas para Nokia y Pantene. Ha trabajado con clientes norteamericanos en San Francisco como Bank of America. Es experta en la realización de campañas de comunicación integrada online y offline así como reposicionamiento de marcas, habiéndolas realizado para Honda, SEAT, Danone, Nestlé y Planeta. Profesora de Política de Comunicación.

# Recomendaciones de los Alumnos



## David Sos.

Executive MBA 06/07  
Adjunto a Gerencia Ceinca

Gracias al Executive MBA de e&s, he conseguido una especialización en mi proyección profesional, así como en la personal, este master te hace ver la empresa desde un punto de vista mas profesional, a parte, te ayuda a entender otros sectores tanto de la provincia como del exterior.



## Manolo Font.

Executive MBA 06/07  
Director de Organización J. Canet

El Executive MBA esta resultando un complemento perfecto incluso para un perfil como el mío de Licenciado Químico especialista en Medio Ambiente. De esta forma estoy adquiriendo los conocimientos esenciales para la gestión directiva de cualquier empresa. Recomiendo el Executive MBA para complementar cualquier estudio que se tenga.



## Raúl Cepriá.

Executive MBA 06/07  
Gerente Greentec

Tras mi formación técnica como Ingeniero Industrial me faltaban conceptos para comprender las decisiones estratégicas de la empresa en todos los ámbitos. Gracias al Master Executive MBA de la Escuela Superior de Negocios he podido comprender y disponer de los conocimientos necesarios para poder evaluar el estado actual de la empresa y poder tomar decisiones a alto nivel directivo.



## Roberto Valls.

Executive MBA 07/08  
Gerente de Atyc Castelló Promociones

El motivo de realizar el Executive MBA es porque me lo recomendó un buen amigo y la verdad es que está siendo una experiencia muy positiva en mi vida, tanto personal como profesional, hasta ahora mi trabajo se centraba en la dirección comercial. El MBA te forma para tomar decisiones importantes y te hace valorar todos los puestos de trabajo en una empresa y el peso que tiene cada uno de ellos.



## Alfredo Mallol.

Executive MBA 07/08  
Director Comercial de Exportación en La Platera

Tomar decisiones es el trabajo fundamental de un directivo. Tras los estudios universitarios (Ciencias Empresariales en mi caso) y la experiencia de unos cuantos años de trabajo, consideré que era el momento de realizar un master para directivos como el Executive MBA que imparte e&s.

Considero que es la herramienta ideal para ampliar y pulir conocimientos adquiridos tanto en la universidad como en el día a día de la empresa. Un master de carácter eminentemente práctico como es éste, te proporciona las experiencias necesarias para poder aplicarlas en tu propio negocio y así ayudarte a tomar las decisiones más adecuadas para cada situación.

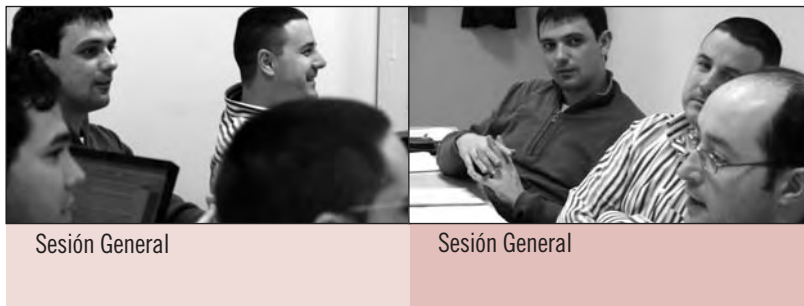


## Carolina San Miguel.

Executive MBA 07/08  
Directora Comercial de Grupo SanMiguel

El Executive MBA, te prepara para conocer todo el funcionamiento de una empresa y especialmente profundizar en su gestión directiva. Cuando comencé jamás hubiese imaginado que cuando llegase el final del master tuviese una visión tan amplia de mi empresa, el Executive MBA ha conseguido que descubra ámbitos de la empresa totalmente desconocidos para mi hasta el momento. Lo aconsejo sinceramente a toda aquella persona con inquietudes de conocer mucho mejor cómo se gestiona una empresa.

# Networking de prestigio



Sesión General

Sesión General



I Foro de Empresarios

II Foro de Empresarios

Sede de e&s

## NETWORKING

El 60% de los puestos de trabajo no se publican. Este quiere decir que gestionar y ampliar los contactos es de vital importancia para que cuando llegue el momento de cambiar de trabajo no lo busques tú sino que te busquen a ti.

Para que tu networking sea efectivo debes posicionarte como experto en un determinado campo o sector, y saber comunicar adecuadamente qué competencias tienes. Para ello te ofrecemos un servicio de coaching en marketing personal durante el siguiente año a la finalización del programa.

Durante el Executive MBA conocerás a directivos y empresarios con los que forjarás grandes relaciones de amistad y que te serán de utilidad para el resto de tu vida. Sin embargo, para que lo tengas más fácil podrás contactar con cualquiera de los más de 300 directivos y empresarios que forman parte de la red de antiguos alumnos de e&s en la provincia de Castellón a través de la zona de alumnos de nuestra página Web.



**ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS**

Complejo Parquesur  
Calle Pavías, 11 - 12006 - Castellón  
Tel. 964 25 49 69 Fax: 964 22 22 30  
informacion@escuelasuperior.com  
www.escuelasuperior.com