

CURSOS ESPECIALIZADOS

# Product Manager

 CLUB de MARKETING  
de NAVARRA

Actualiza y potencia tus conocimientos, herramientas y competencias profesionales con el objetivo de **obtener un talento rentable.**

 **ESIC**  
BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Impulsamos tus desafíos

## INTRODUCCIÓN

Conceptos como knowmad, SoLoMo, customer engagement, IoT, M2M, P2P, ... son algunos de los términos que los profesionales debemos conocer para poder desarrollar nuestro talento en este entorno dinámico y cambiante en el que nos encontramos.

Escenario competitivo y evolutivo que nos presenta nuevas situaciones que analizar, afrontar y resolver, nuevos canales de comercialización y venta a los que adaptarnos y nuevos perfiles y nichos a los que satisfacer, en un mercado cada vez más vertiginoso donde Internet y las nuevas tecnologías nos obligan a tener que actualizar constantemente nuestros conocimientos, herramientas, competencias y habilidades profesionales, a la vez que nos exigen ser flexibles y adaptativos a la hora de desempeñar la función de Product Manager.

El Product Manager es una de las piezas clave en la empresa de hoy, que necesariamente debe cumplir con los nuevos requisitos impuestos por el mercado actual, adaptándose y potenciando sus conocimientos, herramientas y competencias profesionales con el objetivo de obtener un talento rentable aplicable en sus nuevas responsabilidades.

Este curso especializado presenta un enfoque knowmad, donde el conocimiento se adapta a las necesidades nómadas de los perfiles asistentes, y donde lo social, lo local, y lo móvil (SoLoMo) tienen una importante presencia en la metodología propuesta, trabajando bajo un prisma 360º donde herramientas, formatos, canales y nuevas tecnologías se desarrollan hasta conseguir una perfecta fusión entre la teoría y la práctica.

## FACTORES CLAVE

Este curso especializado propone una estructura de contenidos, casos prácticos y una metodología que se adapta a las nuevas necesidades reales que todos los profesionales debemos cumplir.

Planteado bajo el enfoque de trabajo de un prisma 360º donde herramientas, formatos, canales online y las nuevas tecnologías están presentes durante el desarrollo del programa.

- Programa eminentemente práctico con realización de casos para asimilar los conceptos teóricos.
- Herramientas prácticas reales para poner en valor inmediatamente.
- Posibilidad de realizar sesiones de asesoramiento personalizado online y presencial para realización de un caso final tutorizado.
- Metodología evolutiva: pre-work - sesiones presenciales - afterwork.

## PÚBLICO OBJETIVO

Product Managers, jefes de grupo de productos, jefes de producto, técnicos del departamento de marketing que quieran promocionar a jefe de producto, profesionales del área de marketing y jefes o profesionales del área comercial que quieran desarrollarse en el área de marketing.

El contenido del programa es aplicable a cualquier sector de actividad.

## OBJETIVOS

- Desarrollar los conocimientos, herramientas y competencias más importantes para el desempeño de la función de Product Manager.
- Adatar el perfil profesional del Product Manager a través de la evolución de los conocimientos, herramientas y competencias a los nuevos requerimientos del mercado.
- Crear, desarrollar, adaptar y trabajar herramientas prácticas reales de trabajo para que los asistentes las puedan utilizar y rentabilizar en sus puestos como Product Managers.
- Actualizar y evolucionar los conceptos fundamentales del Product Manager hacia una visión 360º, donde offline y online estén perfectamente integrados.
- Aportar soporte para el proceso de toma de decisiones de un responsable de producto en una organización.
- Trabajar los puntos clave de gestión de un Product Manager para maximizar sus resultados a través de la incorporación de talento personal, aplicable a sus circunstancias profesionales.
- Identificar cuáles son los análisis más importantes que un Product Manager debe realizar y cuáles son los aspectos clave a considerar dentro de cada uno de ellos, con una visión multidisciplinar.
- Adquirir las habilidades que faciliten alcanzar los objetivos, a través de la persuasión y de la adecuación de las decisiones y planes, para la resolución de los problemas concretos a los que se enfrenta un Product Manager.

## METODOLOGÍA

El enfoque de este curso especializado es en un porcentaje superior al 80% práctico, los asistentes asimilarán con antelación los conceptos teóricos a través de presentaciones auto explicadas y durante el programa se trabajarán de forma práctica los conceptos más importantes, para así rentabilizar al 100% el tiempo presencial en el aula.

Se promueve el proceso de aprendizaje desde la experiencia práctica desarrollada en la parte presencial del programa, con el objetivo de lograr la máxima participación y asimilación de conocimientos, así como ofrecer retroalimentación que permita una actitud proactiva.

Elementos metodológicos:

**Pre-work:** lectura previa a la sesión presencial de los contenidos teóricos aportados por el claustro y que tendrán un diseño que facilite su asimilación, utilizando documentos enhanced (enriquecidos).

**Sesiones presenciales:** inicio de la sesión con el desarrollo de los conceptos clave aportados previamente en el pre-work para, posteriormente, trabajar casos prácticos reales diseñados para que los asistentes puedan comprobar y asimilar la aplicación práctica de los contenidos teóricos tratados en cada módulo.

**Webinar:** realización de un webinar online de 1 h. de duración durante el transcurso del programa.

**Afterwork:** durante el programa, un jueves en horario de tarde/noche, tendrá lugar un afterwork donde los asistentes podrán compartir y debatir, junto con antiguos alumnos/as del curso especializado, sobre casos prácticos reales de empresas que hayan aplicado los contenidos tratados durante el programa, además de crear un punto de encuentro que sirva para compartir experiencias enriquecedoras y para generar sinergias y networking.

**Sesiones de asesoramiento personalizado online y presencial (opcional):** desarrollo por parte de los asistentes que estén interesados de un caso final sobre su empresa o sobre un proyecto personal, en el que los contenidos tratados durante el programa se podrán ajustar a la propia realidad de cada asistente, obteniendo así un nivel máximo de personalización. Se realizarán un total de 3 tutorías de 2 horas de duración cada una, de forma online y presencial, para ayudar a desarrollar el caso final:

- Sesión inicial (online): definición, diseño del índice y planificación de timing del trabajo.
- Sesión intermedia (online): control por parte del tutor/a del desarrollo y los avances del trabajo realizado y corrección.
- Sesión final (presencial): presentación del caso ante el tutor/a para feedback posterior.

El claustro de profesores está formado por profesores de ESIC expertos en este área de conocimiento y por directivos y especialistas en los distintos contenidos del programa, los cuales cuentan con una amplia experiencia tanto docente como profesional.

## PROGRAMA

### 1. Ecosistema empresarial, Product Managers del futuro y competencias necesarias.

- Ecosistema actual de las empresas y el mercado: cómo gestionar la evolución del mercado.
- Hablemos de marketing, el terreno de juego del Product Manager en la empresa.
- La clave de todo en marketing: el posicionamiento.
- Retos del Product Manager del futuro.
- La secuencia de trabajo del Product Manager.

**CASO PRÁCTICO:** características, retos, competencias y habilidades que un Product Manager necesitará en el futuro, a través de la metodología Metaplan.

### 2. Herramientas de gestión del conocimiento para ser un gran Product Manager.

- La gestión del conocimiento como base fundamental para minimizar el riesgo en la toma de decisiones.
- ¿Qué requiere un Product Manager de la investigación comercial?
- Herramientas útiles de la investigación comercial para un Product Manager:
  - Herramientas cualitativas.
  - Herramientas cuantitativas.

**CASO PRÁCTICO 1:** desarrollar un Sistema de Información de Marketing (SIM) válido para poder minimizar el riesgo en la toma de decisiones del Product Manager.

**CASO PRÁCTICO 2:** cómo hacer un test ciego de productos.

### 3. Política de producto, innovación y desarrollo de productos.

- ¿Qué es el producto y cómo gestionarlo?
- Gestiona tu política de producto. Principales matrices de la gestión de productos.
- Posicionamiento, ¿cómo se ve tu producto en el mercado?
- El proceso de I+D+i aplicado a la gestión de productos.

**CASO PRÁCTICO:** aplicación de las principales matrices de gestión sobre casos reales de productos que están en el mercado. Cómo aplicar el concepto I+D+i a la gestión de productos siendo Product Manager.

#### 4. Lanzamiento de nuevos productos al mercado.

- Secuencia de lanzamiento de productos al mercado.
- El plan de lanzamiento.
- Volumen.
- Declinación del producto.
- Precio.
- Comunicación.
- Distribución.
- Elección de la marca.

**CASO PRÁCTICO:** diseño de un plan de lanzamiento de un producto real al mercado.

#### 5. Brand awareness, políticas de marcas eficientes.

- ¿Sabemos de productos o sabemos de marcas?
- La gestión eficiente de la marca.
- Arquitectura de marca.
- Cómo construir una marca ganadora.
- Mapas de posicionamiento de marcas, cómo se hacen y cómo se deben utilizar.

**CASO PRÁCTICO:** simulador de gestión de marcas en entornos complicados.

#### 6. La distribución moderna, pricing y márgenes comerciales.

- ¿Cómo elegir tu canal de distribución ideal?
- Incidencia de la distribución en la gestión de la empresa.
- El entorno del precio. La competitividad.
- El precio dentro del posicionamiento; políticas de precios; la fijación de precios, planteamientos estratégicos y tácticos; el precio en el punto de venta.
- El precio y los márgenes brutos en la cuenta de explotación.
- Cálculo de márgenes comerciales.

**CASO PRÁCTICO 1:** diseño de un plan de distribución comercial.

**CASO PRÁCTICO 2:** análisis de cuentas de explotación, cálculo de márgenes comerciales y definición de precios.

#### 7. Acciones 360º, inbound marketing y redes sociales.

- Las acciones 360º en tu estrategia como Product Manager.
- Herramientas de inbound marketing idóneas para un Product Manager.
- El briefing como herramienta de trabajo.
- Cómo realizar un plan de acciones 360º adecuado a tu empresa.
- Social media marketing, el mundo en conexión continua.

**CASO PRÁCTICO:** diseño de una campaña de inbound marketing.

#### 8. Cómo diseñar un plan promocional rentable.

- La importancia de la promoción en la figura del Product Manager.
- Los números de una promoción rentable, punto muerto de la promoción.
- Tipos de promociones, no sólo es cuestión de bajar el precio.

- La estrategia e implementación de una promoción, timing promocional.
- Los incentivos promocionales, planificación y estrategias.
- Las técnicas de promoción. El below the line para un producto/servicio según su objetivo general.

**CASO PRÁCTICO 1:** diseño de un plan promocional anual.

**CASO PRÁCTICO 2:** cálculo de los números de una promoción real.

#### 9. Estrategias de digitalización y comercialización online.

- Cómo abordar procesos de digitalización en la empresa y salir vivos.
- ¿Todavía no estás en Internet? marketing 360º, huella digital de una empresa.
- Marketing de buscadores, SEO, SEM, PPC, ... haz que te encuentren fácilmente.
- Comercialización online, e-commerce y portales verticales.

**CASO PRÁCTICO 1:** cómo vender en Amazon.

**CASO PRÁCTICO 2:** diseño de una estrategia de digitalización online con portal de venta propio.

#### 10. Habilidades de liderazgo para Product Managers.

- Valores, características y comportamientos del líder; hábitos de efectividad; el líder y su capacidad para producir resultados.
- Nuestro estilo de liderazgo:
  - Como veo a mis colaboradores así me manifiesto como líder.
  - Visión del ámbito profesional.
  - Cómo vemos al equipo.
- El liderazgo situacional:
  - Madurez de los colaboradores.
  - Orientación a la tarea y a la relación.
  - Del control a la delegación.
- La motivación de un equipo ante el cambio:
  - Factores motivacionales.
  - Necesidades humanas.
  - Las etapas de la desmotivación.
  - Qué motiva hoy al equipo.

**CASO PRÁCTICO:** diseño de un plan de acción individual.

#### 11. Merchandising y customer experience.

- Visual merchandising, la exposición del producto y el “vendedor silencioso”.
- Merchandising de gestión, cómo funcionan los puntos de venta; controla los indicadores clave del punto de venta.
- Elementos clave del customer experience, un mundo de sensaciones y experiencias.
- Neuromarketing, cómo usarlo en el punto de venta.
- Tecnología aplicada al punto de venta.
- Cómo medir la experiencia de cliente, ¿es rentable?

**CASO PRÁCTICO 1:** sesión experiencial para medir las emociones a través de los impulsos eléctricos de las neuronas, usando la diadema portátil de electroencefalogramas.

**CASO PRÁCTICO 2:** demostración del uso de la tecnología y el neuromarketing en el punto de venta. Eyes tracking, las gafas de google y otros instrumentos.

## 12. Excel como herramienta de apoyo para el Product Manager.

- Aplicación de la ley de Pareto ABC (20/80), crear sistemas ABC para poner cada cosa en su sitio:
  - ABC de productos.
  - ABC de clientes.
  - ABC de proveedores.
- Los gráficos y su significado, cuándo usar cada gráfico.
- Las tablas dinámicas, una gran ayuda para entender los datos.

**CASO PRÁCTICO 1:** herramientas para analizar datos, obtener información y gestionar el conocimiento.

**CASO PRÁCTICO 2:** herramientas de planificación comercial.

## 13. Secuencia de trabajo de un Product Manager, el plan de marketing.

- El plan de marketing y la máquina del tiempo; hoy: metodología clásica del plan de marketing y directivos analógicos; mañana: las 7 claves del nuevo plan de marketing y directivos digitales.
- Análisis: ¿por qué sólo vemos lo que queremos ver? Formulación de objetivos y la elección del camino estratégico más rentable:
  - ¿Sabemos manejar una estrategia? La mejor no siempre es la más adecuada.
  - Construir estrategias 360º. La acción 360º.
- Gestión del resultado: métricas del plan de marketing y caso práctico de medición del ROI.
- La venta del plan de marketing en 7 minutos.

## 14. Caso de plan de marketing siendo un Product Manager.

- Presentación de un plan de marketing de un sector de actividad actual con debate sobre planteamientos y decisiones, desarrollo:
  - Análisis del mercado.
  - Estrategia de la empresa.
  - Definición de objetivos (cuantitativos y cualitativos).
  - Desarrollo de marketing mix.
  - Análisis de conclusiones.

## 15. Webinar online: marketing trends, el futuro del marketing, el futuro del Product Manager.

## PONENTES

### D. Julio Alard.

Doctor en Economía de la Empresa por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y Diplomado de Estudios Avanzados en Marketing, Universidad Complutense de Madrid.

Director del Departamento Académico de Dirección de Comunicación de ESIC, Business&Marketing School. Socio y Director General de la consultora Comunicación Integral Mosaico, desde donde asesora en materia de comunicación a empresas de diversos sectores. Profesor de ESIC, Business&Marketing School en el área de Grado, el Máster en Publicidad y Comunicación Empresarial y el área de Executive Education.

Anteriormente: Knorr Suiza (CPC España Tasada y Beltrán) en el área comercial y merchandising. Citröen Hispania como responsable de la producción publicitaria y relaciones con la agencia. Desde esta última empresa vivió el lanzamiento de diferentes modelos de la multinacional francesa.

**D. Alberto Alcalde.**

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC, Business&Marketing School. CAMF, ICEMD, Instituto de Economía Digital de ESIC.

Consultor-formador de las áreas de Grado y Executive Education de ESIC, Business & Marketing School.

Anteriormente: Director Comercial, Promart. Responsable de Promociones, King Sturge España y ha desarrollado su carrera profesional en Icon Comunicación Visual, Atis Real de Auguste-Thouard España, Roan Asesoramiento Inmobiliario, Below Marketing y Plus Value.

**D. Jesús Charlán (Director Técnico del curso).**

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC, Business&Marketing School. Licenciado en Grado Superior en Marketing (oficial) y Título Superior en Dirección Comercial, Universidad Rey Juan Carlos I. Curso Superior Europeo en Database Marketing y CRM, ICEMD, Instituto de Economía Digital de ESIC.

Socio Fundador y Director General, Trainers & Partners. Director Comercial y de Marketing de Culturtickets. Socio Fundador y Director de Marketing y Consultoría de Agored Consultoría y Distribución. Director de Extrategia on-line y Community Manager de varios proyectos on-line.

**D. Jesús Ferradás.**

Ingeniero Técnico Agrícola e Ingeniero Agrónomo, Universidad de Lugo. Máster en Marketing Estratégico y Máster en Marketing Operativo, Universidad de St. Louis (EE.UU.). Programa de Formación Superior en Trade Marketing, CESMA. Formación Superior en Negociación, IESE.

Director General de Advance. Co-propietario de franquicia de Adolfo Domínguez en la República Dominicana.

Anteriormente: Director de División de Saprogal-Conagra para España y Portugal, Pets, franquicias y laboratorio Bioter. Director General de Región, Director de Marketing y Director de Ventas de Gallina Blanca Purina. Director de Marketing de Purina Portugal. Ralston Purina, Auditor en el equipo internacional de Marketing para 32 países.

**D. Antonio Iglesias.**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alcalá de Henares. Programa de Postgrado como especialista en Logística Integral, Cámara de Comercio e Industria de Madrid. Numerosos programas de especialización en el área de logística y distribución.

Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC, Business&Marketing School.

Anteriormente: ASG, Director de Consultoría Área Logística. Centra Sociedad Cooperativa, Director del Área Logística. Simago, Director Adjunto área Logística.

**D<sup>a</sup>. Loreto Martorell.**

Licenciada en Ciencias de la Educación, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección de Recursos Humanos, CESEM.

Consultora-formadora del área de Executive Education de ESIC, Business&Marketing School, experta en habilidades directivas.



Anteriormente: Directora del Centro de Madrid, Sertel Servicios de Telemarketing. Supervisora y Responsable de Formación y Selección de Teleformance.

#### **D. Javier Molina.**

Máster en Alta Dirección de Empresas, URJC. Máster en Dirección Comercial y Marketing, ESIC. Máster en Dirección Financiera, ESIC. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Honours Degree In Business Administration, HumberSide. Diplomado en Investigación Comercial, AEDEMO.

Miembro del Consejo de la Escuela de Ventas de ESIC. Steering & Board Committee de Gesvelce N.Partners. Managing Partner of Advisory & Development Unit. Anteriormente: Central Sales Director, Grupo ACS. Sales Manager, France Telecom. Adjunto Dirección Red Comercial, Banco Santander.

Coautor de los libros "Plan de Ventas" y "Hoy es Marketing 2008, 2009 y 2010", todos ellos de la editorial ESIC y tiene diversas publicaciones en medios de ámbito nacional e internacional relacionados con el mundo de la economía y el management: El Economista, Estrategias de Venta, Expansión, Cinco Días, América Economía, ...

Conferenciante habitual de Hoy es Marketing, Expomanagement, Foro Mundial de Dirección Comercial y Fuerzas de Venta, Foro de Directivos, ...

#### **D. Lisardo de Pedro.**

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC, Business&Marketing School. Bachelor in Business Administration, Universidad de HumberShire. Máster en Dirección Financiera, ESIC, Business&Marketing School. Máster Oficial en Gestión Comercial y Marketing, ESIC-URJC.

Consultor-formador de ESIC, Business & Marketing School.

Anteriormente: Marketing Manager Global, Carbonell (Empresa Grupo SOS). Responsable de Marketing, Grupo Editorial SM. Jefe de Producto, Colgate Palmolive.

#### **D. Javier Rovira.**

Doctor en Economía de Empresa por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Derecho y Administración de Empresas, ICADE. PDG, IESE.

Socio Director de Know How Consumering, su enfoque investigador junto con su experiencia directiva ofrece siempre una visión innovadora y disruptiva de la estrategia empresarial.

Anteriormente: Director General en Neck Child, Referral Partners y González Byass. Director de Desarrollo Estratégico en Pepsico. Adviser Marketing Manager en Procter & Gamble. Autor de "Consumering, cambiar o seguir sufriendo", prologado por Philip Kotler y de "Reset & Reload: cambios o te cambian", ambos editados por ESIC.

*\*Programa y claustro sujetos a posibles modificaciones.*

## TESTIMONIOS ANTIGUOS ALUMNOS

*"¡Excelente! el nivel del profesorado muy bueno, transmitiendo conocimientos, habilidades y, lo que es mejor, llevándolo a la realidad de las empresas y mercado. Lo mejor trabajar con profesionalidad y método: planificando, analizando y acción. ¡Ser Product Manager de provecho!, aportando valor en la empresa. Una excelente visión del puesto, habilidades y herramientas que un buen Product Manager necesita. Felicidades al claustro de profesores, mucha experiencia reunida en un mismo curso. Clara transmisión de las realidades y eficiencia que las compañías y empresas necesitan."*

**David Cervantes Gómez del Pulgar, Gestor de Categorías de Galp Energía España.**

*"Esta formación te motiva a hacer cosas nuevas en tu trabajo y a nivel profesional te enriquece mucho."*

**Javier Sánchez-Ruiz Gómez, Product Manager de Valeo Service España.**

*"Es un programa Executive muy completo. Cubre los puntos más destacados del marketing en la actualidad. Me ha servido para refrescar conceptos que aprendí en la carrera, pero, sobre todo, para ponerlos en práctica junto con mi experiencia."*

**Mónica Redondo Morais, Product Manager de City Time.**

*"El curso me ha aportado los conceptos necesarios para comprender una estrategia de marketing de producto efectiva. Bien estructurado, destacando las claves más importantes para la gestión y desarrollo de un producto. Agradezco el dinamismo de los profesores y su predisposición a resolver nuestras dudas concretas."*

**Oscar Gil Gonzalo, Director Proyectos de Innovación de la Universidad de Salamanca.**

*"El curso de Product Manager de ESIC me ha servido de gran ayuda para actualizar mis conocimientos de marketing. La calidad de las ponencias me ha parecido muy buena y la dinámica en las clases muy participativa."*

**Cristina Braña, Marketing Relacional en pwc.**

*"Excelente profesorado. Alta experiencia profesional, formación dinámica y buena resolución de dudas. Totalmente recomendable si te quieres dedicar al mundo del marketing."*

**Juan Solís Gil, Marketing Specialist de Uponsor Hispania.**

*"El curso repasa todos los ámbitos correspondientes al mundo del Product Manager, ayudando a tener una visión más amplia y enfocar el día a día con nuevas herramientas."*

**Juan José Marcilla de Teruel Moctezuma Capelo, Product Manager de DMI Computer.**

*"Me ha parecido muy interesante porque ha centrado los temas de interés del perfil del Product Manager. Los profesores del ESIC son el gran valor añadido del curso."*

**Gabriella Lanzilli, Market Research Consultant de Endesa.**

*"Este curso especializado ha supuesto una experiencia de aprendizaje para mi desarrollo personal y profesional muy poderosa, que sin duda me ayudará en el futuro."*

**Pedro Suárez Martínez, Promotion Controller de American Medical Systems Ibérica.**

*"Este curso me ha abierto la mente para relanzar mi perfil profesional y dirigirlo por un camino más marketiniano. Lo recomiendo, merece la pena cada clase y sobre todo el gran método educativo."*

**Rocío Mínguez Martínez.**

**INFORMACIÓN****FECHAS:**

Del 9 de noviembre de 2018 al 19 de enero de 2019.

Sesiones presenciales: 9, 10, 16, 17, 23, 24, 30 de noviembre, 1, 14, 15 de diciembre, 11, 12, 18, 19 de enero.

Webinar: 10 de enero.

**HORARIO:**

Sesiones presenciales: viernes de 16.00 a 21.00 h. y sábados de 9.00 a 14.00 h.

Webinar: de 20.00 a 21.00 h.

**DURACIÓN:**

71 horas - 1 mes y medio.

**LUGAR DE IMPARTICIÓN:**

ESIC-Club de Marketing de Navarra.

Avda. Anaitasuna, 31 · Mutilva (Navarra).

**IMPORTE\*:**

1.800€

Sesiones de asesoramiento personalizado (opcional): 500€

Descuento de 200€ por inscripción anticipada hasta el 19/10/2018.

Antiguos alumnos de ESIC y socios del Club de Marketing de Navarra, consultar condiciones especiales.

Gestión gratuita de la bonificación de Fundae, solicite más información.

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

*\* Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía.*

**OBSERVACIONES:**

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está siempre supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes para poder desarrollarlo.

Para obtener el diploma y certificado de realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas. Superado este porcentaje, ESIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

ESIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

**MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:**

948 29 01 55

info.pamplona@esic.edu

www.esic.edu/navarra