

Máster en Dirección y Administración de Empresas



MBA Executive



- MBA Executive
- MBA Executive Virtual
- MBA Online

1. INTRODUCCIÓN

El **MBA de IMQ Ibérica Business School** contempla una visión integral e integrada de la Gestión Empresarial, y dota al estudiante de las competencias y habilidades personales idóneas para desempeñar sus tareas en un entorno empresarial, así como un profundo conocimiento de todas las áreas de dirección y gestión de la empresa y sus distintos departamentos, además de presentar una serie de habilidades personales y profesionales muy demandadas por las empresas.

El Máster integra todas las áreas operativas ofreciendo a los participantes una rica y variada gama de herramientas de gestión que se aglutinan a la hora de tomar decisiones.

Valor añadido del programa para los estudiantes:

- Armoniza conocimientos, actitudes y medios, promoviendo un aprendizaje interactivo entre los tutores y los estudiantes.
- Ofrece reconocimiento, aportando eficacia, calidad y excelencia en la formación.
- Prepara para la asimilación y gestión del cambio, desarrollando la creatividad y la utilización del razonamiento para solucionar los Casos Prácticos.
- Da respuesta inmediata a las necesidades de formación de nuestros estudiantes, de las empresas, de las instituciones y de la sociedad.

La misión de **IMQ Ibérica Business School**, es mantenerse a la vanguardia en ofertas formativas, teniendo la empleabilidad como principal referente, hecho fundamental por el que ha surgido este Programa Máster que aúna anteriores ofertas formativas y las amplía hacia nuevos campos de conocimiento con una importante demanda de profesionales en el mercado laboral.

El diseño de este Programa Formativo ha sido elaborado y revisado por profesionales en activo que están en continuo contacto con el mercado laboral y conocen de primera mano las necesidades de empresas e Instituciones Públicas. El carácter eminentemente práctico de este Programa Máster permite al alumno adquirir competencias perfectamente extrapolables a la realidad de las empresas.

2. IMQ

IMQ son las siglas del **Istituto Italiano del Marchio di Qualità**, Entidad de Certificación líder en Italia. Se fundó en 1951 en Milán (Italia) y tiene como objeto social la Certificación de Productos y de Sistemas de Gestión (más de 20.000 certificados emitidos en Sistemas de Gestión y 140.000 en Producto).

Actualmente IMQ es un grupo de empresas que abarca múltiples certificaciones de producto y de sistemas.

Las empresas del grupo IMQ representan la más importante realidad italiana en el campo de la evaluación de la conformidad (certificaciones, pruebas, verificaciones, inspecciones). Con la fortaleza de la sinergia entre las sociedades que lo componen, la relevancia adquirida en más de 60 años de experiencia y la integridad de los servicios

ofrecidos, el grupo IMQ se erige como un punto de referencia y socio ideal de empresas que tienen como objetivo la seguridad, la calidad y la sostenibilidad ambiental.

Los sectores de referencia son múltiples, y van desde la electrotecnia a la electrónica, desde las telecomunicaciones a la automoción, desde el sector del gas al diseño de instalaciones, desde los productos de construcción hasta los productos agroalimentarios y las energías renovables.

Para cada sector, las empresas del grupo IMQ pueden ofrecer, según corresponda, servicios horizontales o específicos:

Certificación de productos, certificaciones ambientales, certificación según las directivas de la UE, certificación de sistemas de gestión y figuras profesionales, controles de plantas y edificios, pruebas de laboratorio, pruebas para obtener marcados internacionales y apoyo a la exportación, supervisión de la producción en el extranjero, apoyo técnico reglamentario y formación. La integridad de los servicios prestados está garantizada gracias a la experiencia adquirida en todas estas áreas durante décadas por parte de las empresas del grupo IMQ que está compuesto por: IMQ S.p.A., CSI S.p.A., **IMQ Ibérica S.L. (España)**, **IMQ Tecno crea (España)**, IMQ Polska (Polonia), IMQ Turkey (Turquía), IMQ Gulf FZCo (Dubái), IMQ Certification Shanghai Co. Ltd (China).

NUESTROS OBJETIVOS

Cuantificar la gestión ética y responsable como generadora de valor reputacional y de mejora de la competitividad de la empresa. Aportar herramientas de gestión y control de cumplimiento normativo con el fin de evitar o minorar el riesgo de llevar a cabo actuaciones ilícitas por parte de los directivos y empleados de una organización que puedan derivar en sanciones administrativas, económicas o en responsabilidad penal de la persona jurídica.

NUESTRA VISIÓN

Integridad moral, honestidad profesional, lealtad e imparcialidad para/con los grupos de interés y transparencia de mercado. Interpretamos los sistemas de gestión como una herramienta que genera valor añadido a las empresas, y les permite controlar y gestionar sus riesgos y oportunidades, aumentando su competitividad. En el caso concreto del MBA, permite implantar metodologías de gestión y control que evitan o minoran el riesgo de derivación de la responsabilidad penal a la empresa.

QUE OFRECEMOS

IMQ es el socio ideal para todas aquellas empresas que quieren dar un valor añadido a su actividad, certificando su compromiso con la gestión ética y responsable, interesadas en exportar en Europa y el resto del mundo, que necesitan un apoyo competente para superar las barreras aduaneras y de obtención de las marcas extranjeras.

En particular, **IMQ** se presenta como una sociedad de servicios especializada en certificaciones de productos, sistema de producción, y pruebas de conformidad según las directivas europeas y normas internacionales. Estamos en el grado de ofrecer numerosos servicios como: Evaluación de las instalaciones de inmuebles, realización de pruebas de laboratorio, asistencia técnica/normativa y a la exportación.

3. DESTINATARIOS

El Máster en Dirección y Administración de Empresas está dirigido a diversos perfiles:

- Licenciados, Graduados, diplomados e ingenieros que habiéndose incorporado ya a la empresa, deseen mejorar y/o completar su Currículum Vitae con el objetivo de desarrollar su carrera profesional
- Empleados y profesionales de la empresa que, con vistas a la consolidación y desarrollo de su carrera profesional, deseen o necesiten iniciar o ampliar su formación y habilidades
- Trabajadores y empleados que hayan decidido compaginar su actual actividad por cuenta ajena con una actividad por cuenta propia.
- Gestores, ejecutivos y directivos que para el desarrollo de su actividad profesional necesiten disponer de un amplio bagaje de conocimientos actualizados
- Emprendedores que, teniendo una idea de empresa, necesiten las herramientas de gestión y acompañamiento necesarias para transformarla en una empresa real.
- Profesionales que pretendan integrarse en el mercado laboral tanto por cuenta ajena como desarrollando una actividad por cuenta propia.

4. OBJETIVOS

Pretendemos que el alumno desarrolle una perspectiva global de la empresa en general, creamos de esta manera a profesionales con una visión amplia del mercado.

Paralelamente a estas competencias técnicas, pretendemos dotar a los estudiantes de la posibilidad de desarrollar una orientación práctica de los conocimientos adquiridos con la colaboración de profesionales de reconocido prestigio que viven día a día las necesidades empresariales. Este sistema repercute de manera muy favorable potenciando la competitividad profesional de nuestros alumnos.

- Facilitar una concepción integral de la estructura y funciones de la empresa.
- Proporcionar las herramientas y habilidades necesarias para la dirección, así como capacidad de reflexión para la toma de decisiones.
- Generar el desarrollo de un espíritu de iniciativa que convierta en empresarios y no sólo en ejecutivos de primera línea.

- Proporcionar los conocimientos y habilidades precisas para la selección y aplicación de las técnicas e instrumentos empresariales más adecuados a cada situación en el diseño de estrategias y proyectos empresariales.
- Ampliar la concepción integral y global de la empresa, asumiendo una visión estratégica de los objetivos de negocio.
- Proporcionar una serie de herramientas de gestión e información usadas para la resolución de los problemas específicos de cada área funcional.
- Establecer competencias profesionales para el ejercicio de los roles laborales.
- Aportar conceptos actuales para el desarrollo del desempeño.
- Establecer instrumentos y herramientas para la gestión organizacional.
- Generar análisis basado en la gestión del conocimiento y la innovación.

6. PROGRAMA

ÁREA 1: ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN

Módulo 1 - La estrategia empresarial

Capítulo 1.- Concepto y evolución de la estrategia

Capítulo 2.- El proceso Estratégico

Capítulo 3.- Concepto y Evolución de la Estrategia

Capítulo 4.- Análisis Interno de la Empresa

Capítulo 5.- Análisis del Entorno de la Empresa

Capítulo 6.- La Cadena Valor

Capítulo 7.- Análisis DAFO

Capítulo 8.- Formulación de una Estrategia

Capítulo 9.- Implantación de una Estrategia

Módulo 2 - Planificación de la empresa

Capítulo 1.- La Gestión Empresarial como Modelo de Dirección

Capítulo 2.- La Planificación a Largo Plazo

Capítulo 3.- El Plan de ventas

Capítulo 4.- Planificación de la Empresa a Corto Plazo

Capítulo 5.- Los Presupuestos.

Capítulo 6.- Modelo Integral de Planificación

Módulo 3 - Organización empresarial

Capítulo 1.- La Organización de la Empresa

Capítulo 2.- Diagnóstico y Diseño de la Organización

Capítulo 3.- Factores que intervienen en la Estructura de la Organización

Capítulo 4.- Modelos Básicos de Organización

Capítulo 5.- La Función Organizativa

Capítulo 6.- Planificación y Control Organizativo

Módulo 4 - El cambio organizacional

Capítulo 1.- Introducción a la Gestión del Cambio

Capítulo 2.- El Proceso de Gestión del Cambio

Capítulo 3.- El Cambio Estratégico

Capítulo 4.- El Cambio Operativo

ÁREA 2: GESTIÓN FINANCIERA

Módulo 1 - Introducción a la Contabilidad Financiera

Capítulo 1.- Introducción a la Contabilidad Financiera

Capítulo 2.- Conceptos Básicos y Ciclo Contable

Capítulo 3.- El Plan General de Contabilidad Español

Capítulo 4.- Estados Financieros Básicos

Capítulo 5.- Práctica Contable

Módulo 2 - La Función Financiera

Capítulo 1.- Los objetivos empresariales

Capítulo 2.- Los objetivos financieros

Capítulo 3.- La función financiera

Capítulo 4.- La organización del departamento financiero

Módulo 3 - Análisis Económico y Financiero

Capítulo 1.- Introducción al análisis de estados financieros

Capítulo 2.- Los estados financieros y los ratios

Capítulo 3.- Fondos propios

Capítulo 4.- Liquidez

Capítulo 5.- Estructura del pasivo

Capítulo 6.- Estructura de costes

Capítulo 7.- La cuenta de resultados

Capítulo 8.- Origen y Aplicación de fondos

Módulo 4 - Toma de Decisiones Financieras

Capítulo 1.- Planificación financiera

Capítulo 2.- Análisis y selección de inversiones

Capítulo 3.- Financiación de la empresa

Capítulo 4.- Valoración de empresas

Capítulo 5.- Auditoría de cuentas

Módulo 5 - La Bolsa de Valores

Capítulo 1.- Conceptos fundamentales

Capítulo 2.- Ratios bursátiles

Capítulo 3.- Operaciones bursátiles

Capítulo 4.- La cotización

Capítulo 5.- Análisis Técnico bursátil

Capítulo 6.- Análisis fundamental bursátil

ÁREA 3: DIRECCIÓN DE OPERACIONES

Módulo 1 - La Función de Producción

Capítulo 1.- Gestión de la Producción

Capítulo 2.- Control estadístico de la calidad

Capítulo 3.- La Función de Mantenimiento

Capítulo 4.- Métodos y Tiempos

Capítulo 5.- Técnicas de Planificación y Control

Módulo 2 - El Proceso de Producción y Sistemas Productivos

Capítulo 1.- Tipos de Producción

Capítulo 2.- Actividades de Producción

Capítulo 3.- Estructura de la Producción

Capítulo 4.- Previsión de la Demanda

Capítulo 5.- Gestión de Inventarios

Capítulo 6.- Gestión de la reposición de existencias

Módulo 3 - Los Aspectos Operativos de la Producción

- Capítulo 1.- Planificación de la Producción
- Capítulo 2.- Plan de Producción
- Capítulo 3.- Programa Maestro de Producción
- Capítulo 4.- Listas de Materiales
- Capítulo 5.- Planificación de las Necesidades de Mater
- Capítulo 6.- Capacidad - Carga
- Capítulo 7.- Sistemas actuales de Gestión de Producción

Módulo 4 - El Sistema Logístico

- Capítulo 1.- El sistema logístico
- Capítulo 2.- La función de compras
- Capítulo 3.- La gestión de proveedores
- Capítulo 4.- La gestión integral de compras
- Capítulo 5.- Control de compras
- Capítulo 6.- La gestión de stocks
- Capítulo 7.- La gestión de almacenes
- Capítulo 8.- Control de stocks y tecnologías en la logística

Módulo 5 - La Gestión de la Calidad

- Capítulo 1.- Gestión de la Calidad
- Capítulo 2.- El proceso de satisfacción del cliente
- Capítulo 3.- La calidad Total
- Capítulo 4.- El Modelo de Gestión ISO 9001:2015

Módulo 6 - La Gestión del Medio Ambiente

- Capítulo 1.- Sistemas de Gestión Medioambientales Evolución y concepto
- Capítulo 2.- Motivaciones y ventajas de la implantación de un SGMA en la empresa
- Capítulo 3.- El Modelo de Gestión ISO 14001:2015

Módulo 7 – Responsabilidad Social Corporativa

- Capítulo 1.-Introducción a la Responsabilidad Social
- Capítulo 2.- Normativa aplicable
- Capítulo 3.- Memorias de Sostenibilidad

Módulo 8 - Sistemas de Gestión de la Continuidad del Negocio (ISO 22301:2019)

Capítulo 1.- Continuidad de Negocio

Capítulo 2.- El Modelo de Gestión ISO 22301:2019

Capítulo 3.- Implantación Sistema de Gestión de la Continuidad del Negocio

Capítulo 4.- Auditoría Sistemas de Gestión de la Continuidad del Negocio

Módulo 9 - Sistemas de Gestión de Compliance ISO 19600:2015

Capítulo 1.- El Riesgo Penal Empresario y los Modelos de Gestión y Organización

Capítulo 2.- El Modelo de Gestión ISO 19600:2015

Capítulo 3.- Implantación Sistema Compliance

Capítulo 4.- Auditoría Compliance

ÁREA 4: MARKETING

Módulo 1 - Principios y Fundamentos del Marketing

Capítulo 1.- Concepto y evolución del marketing

Capítulo 2.- La función del marketing

Capítulo 3.- Marketing estratégico y marketing operativo

Capítulo 4.- La satisfacción del cliente

Capítulo 5.- El proceso de planificación estratégica

Capítulo 6.- El departamento de Marketing

Módulo 2 - Análisis del Entorno e Interno de Marketing

Capítulo 1.- Análisis del macroentorno de marketing

Capítulo 2.- Análisis del microentorno de marketing

Capítulo 3.- La competencia

Capítulo 4.- Análisis del comportamiento del consumidor

Capítulo 5.- Identificación de segmentos y público objetivo

Módulo 3 - Investigación de Mercados

Capítulo 1.- Introducción a la investigación de mercados

Capítulo 2.- Selección de la técnica de investigación

Capítulo 3.- Selección del método básico de investigación

Capítulo 4.- Selección y diseño de la muestra

Capítulo 5.- Gestión de los datos de la investigación

Módulo 4 - Estrategias del Marketing Mix

- Capítulo 1.- La política de producto y servicio
- Capítulo 2.- La política de precio
- Capítulo 3.- La política de distribución comercial
- Capítulo 4.- La política de comunicación y promoción
- Capítulo 5.- La publicidad
- Capítulo 6.- La atención y la fidelización del cliente
- Capítulo 7.- El plan de marketing

Módulo 5 - Organización Comercial y de Marketing

- Capítulo 1.- La organización de las ventas
- Capítulo 2.- Redes de vendedores
- Capítulo 3.- Selección- formación y motivación de vendedores

Módulo 6 - La Gestión Comercial y de Marketing y las Nuevas Tecnologías.

- Capítulo 1.- Automatización de la fuerza de ventas
- Capítulo 2.- Tecnologías básicas
- Capítulo 3.- Tecnológicas para la fuerza de ventas
- Capítulo 4.- Herramientas para la gestión de clientes

ÁREA 5: RECURSOS HUMANOS

Módulo 1 - Planificación Estratégica de los RR.HH.

- Capítulo 1.- La función de gestión de los RRHH
- Capítulo 2.- Planificación estratégica de los RR.HH
- Capítulo 3.- Opciones estratégicas de Recursos Humanos

Módulo 2 - Gestión y Desarrollo del Personal

- Capítulo 1.- Motivación
- Capítulo 2.- Liderazgo
- Capítulo 3.- Comunicación interna
- Capítulo 4.- Selección
- Capítulo 5.- Formación
- Capítulo 6.- Evaluación del potencial y carrera profesional
- Capítulo 7.- Gestión por competencias

Capítulo 8.- Valoración de puestos

Capítulo 9.- Dirección por objetivos

Capítulo 10.- Evaluación del rendimiento

Módulo 3 - Administración de RR.HH

Capítulo 1.- La Seguridad Social

Capítulo 2.- El contrato de trabajo

Capítulo 3.- Los salarios

Capítulo 4.- Negociación colectiva

Capítulo 5.- Conflictos colectivos

Capítulo 6.- Prevención de riesgos laborales

Módulo 4 - Productividad de los Recursos Humanos

Capítulo 1.- La productividad de la fuerza laboral

Capítulo 2.- Clima laboral

Capítulo 3.- El trabajo en equipo

Módulo 5 - Habilidades Directivas

Capítulo 1.- Comunicación

Capítulo 2.- La delegación

Capítulo 3.- Dirección de reuniones

Capítulo 4.- Toma de decisiones y solución de problemas

Capítulo 5.- Negociación y solución de conflictos

Capítulo 6.- Gestión del tiempo

ÁREA 6: CONTROL DE GESTIÓN

Módulo 1 - Costes

Capítulo 1.- Principios y fundamentos de costes

Capítulo 2.- Coste industrial- márgenes y resultados

Capítulo 3.- El modelo de costes históricos

Capítulo 4.- El modelo de costes estándar

Capítulo 5.- El periodo medio de maduración

Capítulo 6.- El modelo de costes de oportunidad

Capítulo 7.- El coste de subactividad

Capítulo 8.- Método de coste completo o full costing

Capítulo 9.- Método de coste directo o direct costing

Capítulo 10.- El modelo de costes de las actividades ABC

Capítulo 11.- El umbral de rentabilidad

Capítulo 12.- La contabilidad de costes y la toma de decisiones

Módulo 2 - Control de Gestión Empresarial.

Capítulo 1.- La función de control

Capítulo 2.- Presupuestos y control presupuestario

Capítulo 3.- El control de las actividades operativas

Capítulo 4.- BalancedScorecard

Módulo 3 - Gestión por Procesos y Mejora Continua

Capítulo 1.- Introducción a la gestión por procesos

Capítulo 2.- El diagnóstico y la oportunidad de mejora

Capítulo 3.- La organización por procesos

Capítulo 4.- La gestión por procesos

Capítulo 5.- El control de gestión de los procesos

Capítulo 6.- El proceso de mejora continua

ÁREA 7: NUEVAS TECNOLOGÍAS

Módulo 1 - Internet

Capítulo 1.- ¿Qué es Internet?

Capítulo 2.- Funcionamiento de Internet

Capítulo 3.- Búsqueda de información en Internet

Capítulo 4.- Los portales

Módulo 2 - Comercio Electrónico

Capítulo 1.- Características Comercio Electrónico

Capítulo 2.- Agentes Inteligentes

Capítulo 3.- Utilización comercial de Internet

Capítulo 4.- Tipología del comercio electrónico

Capítulo 5.- La situación legal del comercio

Capítulo 6.- Régimen fiscal e imposición

Módulo 3 - Marketing Electrónico

Capítulo 1.- Fundamentos del Marketing

- Capítulo 2.- Técnicas de Marketing Electrónico
- Capítulo 3.- La marca en el comercio electrónico
- Capítulo 4.- El plan de marketing electrónico
- Capítulo 5.- Marketing electrónico y marketing mix

Módulo 4 - Seguridad, Firma Digital, Legislación y Protección de Datos.

- Capítulo 1.- Política de Seguridad
- Capítulo 2.- Criptografía y Firma Digital
- Capítulo 3.- Medios de Pago
- Capítulo 4.- Aspectos Legales: LOPD e ISO 27000

Módulo 5 - Gestión de la Empresa en Internet.

- Capítulo 1.- Herramientas Técnicas de Gestión On Line
- Capítulo 2.- Servicios de Housing y Hosting
- Capítulo 3.- Las redes informáticas
- Capítulo 4.- Promoción de la web

Módulo 6 - Business Intelligence. Data Warehouse y Data Mining

- Capítulo 1.- Nuevos sistemas de información en la empresa
- Capítulo 2.- Business Intelligence
- Capítulo 3.- Data Warehouse
- Capítulo 4.- Data Mining

ÁREA 8: CREACIÓN DE EMPRESAS

Módulo 1 - El Proyecto Empresarial

- Capítulo 1.- La idea de negocio
- Capítulo 2.- El emprendedor
- Capítulo 3.- Aspectos formales en la creación de una empresa
- Capítulo 4.- El plan de negocio

Módulo 2 - La Franquicia.

- Capítulo 1.- La franquicia
- Capítulo 2.- Aspectos determinantes para elegir una franquicia

Módulo 3 - e-Business.

- Capítulo 1.- Aspectos estratégicos
- Capítulo 2.- Aspectos operativos

Capítulo 3.- Etapas de un plan de negocio en Internet

Capítulo 4.- Factores clave en un plan de negocio en Internet

Módulo 4 - El Cambio Organizacional a e-Commerce (e-Change).

Capítulo 1.- Características de la economía digital

Capítulo 2.- Mentalidad de la economía digital

Capítulo 3.- La gestión del cambio cultural

Capítulo 4.- Claves de un proyecto e-Change

Director del Master

García Martín, Antonio Manuel (Madrid, 1964)

Síntesis de Formación Académico/Profesional

- Ingeniero en Organización Industrial, Civil e Ingeniero de Obras Públicas.
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Licenciado en Derecho.
- MBA por IEDE.
- Experto en Dirección de Recursos Humanos.
- Dirige Obras de infraestructuras Hidráulicas en el Canal de Isabel II.
- Profesor de la Universidad Complutense de Madrid y de diversas Escuelas de Negocio en el área de Organización de Empresas.
- Director de Máster en Dirección General de Empresas MBA y Director de Proyectos Fin de Carrera y Máster con el formato de Planes de Viabilidad de Empresas.
- Asesor / Consultor en Gestión Empresarial, Recursos Humanos, Asuntos jurídicos, económicos, financieros, tributarios.



7a METODOLOGÍA. Modalidad Presencial

Clases presenciales: sesiones teóricas, pero eminentemente prácticas contando con el apoyo de profesionales en activo que le guían y comparten su experiencia profesional. Método del caso, análisis y estudio de casos, como técnica de aprendizaje.

Al ser unos grupos reducidos, los alumnos reciben los conocimientos y punto de vista del profesor al mismo tiempo que interactúan con él y entre ellos mismos.

Los alumnos realizan un trabajo previo a las sesiones presenciales a través de la plataforma virtual. De esta forma, comprenden mejor los contenidos que comparte el ponente y pueden generar un debate más enriquecedor en un contexto creativo que ayuda a

optimizar las sesiones presenciales. Los debates forman parte esencial de la metodología del Máster, como lo forman de la vida profesional del alumno.

Casos prácticos: Para afianzar los contenidos de las materias impartidas, los alumnos realizan casos prácticos relacionados con las principales áreas del Máster, en los que encontrar para cada problema propuesto una solución experta, personal y adaptada. La confrontación de ideas, opiniones y puntos de vista poseen un efecto sinérgico que enriquecen el trabajo final. El profesorado dará apoyo y guiará en los casos propuestos y el *feedback* sobre el trabajo realizado.

Proyecto Fin de Máster: Consiste en la realización de un proyecto original en el que con una actitud investigadora se promueva la creatividad para generar innovación. A través del Proyecto Final se integran, aplican y desarrollan los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos. El proyecto final es la culminación del Máster. El alumno se enfrentará a un proyecto empresarial, tomará decisiones y actuará en consecuencia. Preparación de proyecto de viabilidad empresarial y posterior presentación ante tribunal.

Blended Virtual

Llevamos a cabo la misma metodología que en el presencial, pero hacemos uso de la tecnología para poder asistir a clase a través de herramientas de videollamada en combinación con nuestro campus virtual (hecho en Moodle).

7b. METODOLOGÍA. Modalidad on-line

Sistema de formación on-line, mediante Campus Virtual, que permite una mayor comunicación y flexibilidad a la hora de acceder a la materia a tratar.

Unidades Didácticas Teórico-Prácticas basadas en el “método del caso”, que permiten al alumno enfrentarse a diferentes situaciones basadas en una empresa simulada, ante las cuales tendrá que tomar decisiones y actuar en consecuencia.

Evaluación continua a lo largo de todo el proceso y valoración de la participación en todas las actividades. Contacto con profesores y tutores mediante tutorías.

Es indudable que la enseñanza a distancia requiere por parte del alumno/a mayor disciplina y constancia, independientemente del tiempo que pueda invertir en el estudio, es fundamental adquirir por medio de la disciplina personal, un hábito de estudio diario; la continuidad en un aspecto esencial para obtener un rendimiento exitoso en la realización del Master.

IMQ no establece ningún parámetro de calidad diferente para sus alumnos formados en modalidad presencial y para los alumnos formados en modalidad on-line. No existen diferencias entre los niveles de calidad exigidos a los participantes en ambas modalidades, tan solo los diferencia sus particularidades y necesidades.

Proyecto Fin de Máster: Consiste en la realización de un proyecto original en el que con una actitud investigadora se promueva la creatividad para generar innovación. A través del Proyecto Final se integran, aplican y desarrollan los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos. El proyecto final es la culminación del Máster.

8a. Calendario y duración. Modalidad Presencial y Virtual

Duración: 950 horas de clases teórico-prácticas. (equivalente a 60 ECTS) + sesiones presenciales-virtuales.

Los alumnos de este Máster accederán a módulos complementarios y de refuerzo de formación online a través del campus virtual IMQ Business School.

Número de Plazas:

Con el objetivo de garantizar la calidad académica, el límite de plazas para el formato presencial se fija en un **mínimo de 4** y un máximo de 8.

En caso de no alcanzarse el número mínimo de plazas en el formato presencial, se pospondrá al alumno para la próxima convocatoria o se le dará la opción de pasarse a la modalidad online.

8b. Calendario y duración. Modalidad on-line

Matrícula abierta

La duración del **MBA Executive** es de 950 horas (equivalente a 60 ECTS), estimadas en 12 meses de duración, disponiendo de una prórroga de 3 meses para la finalización de los casos prácticos y la realización del proyecto fin de Máster.

En el formato online no hay límite de plazas.

9. Costes de inscripción

Puede consultar el precio actual de cada modalidad en nuestra página web: www.imqibericaformacion.com así como las promociones vigentes de descuentos en la ficha del Máster / Curso

IMQ Ibérica Business School es Entidad Organizadora Acreditada para la impartición de Formación bonificable hasta el 100% para trabajadores que quieran matricularse en nuestros Másteres y Cursos en cualquiera de sus modalidades.

10. Titulación

Diploma “**MBA Executive**” IMQ Ibérica Business School con la colaboración de la Cátedra de Prevención de Riesgos Laborales y Salud Pública de la **Universidad de Córdoba**.



Superada la prueba pertinente, IMQ Ibérica organismo de certificación oficial,
acreditará como:

Auditor Interno en Compliance ISO 19600:2015