

MBA
EXECUTIVE

AN IMQ GROUP COMPANY

together toward excellence

MÁSTER ACREDITADO POR LA UNIVERSIDAD CATOLICA DE ÁVILA

- MBA Executive Presencial
- MBA Executive Virtual
- MBA Executive 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 - UCAV

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); IMQ-CSI Deutschland.

COLABORACIÓN CON LA UCAV:

La Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila (UCAV) surgió en 1996 bajo la tutela del Obispado de la Diócesis de Ávila. Su modelo educativo pretende una enseñanza moderna y ágil, adaptada a las demandas sociales y laborales del mundo actual, y a las inquietudes intelectuales de cada alumno. Su compromiso con la sociedad persigue el equilibrio entre la formación y las necesidades del mercado laboral y tiene como prioridad conseguir la más alta calidad tanto en la formación y los servicios que ofrece a sus alumnos, como en el trabajo de las personas que la integran, en orden a satisfacer las necesidades actuales y futuras de sus alumnos.

Como consecuencia de esto, el equipo rectoral de la Universidad apoya firmemente su estrategia de Calidad, que coloca a la UCAV en una situación de excelencia.

“En la UCAV colaboramos con los mejores: Múltiples y numerosos son los sectores con los que desde la Universidad Católica de Ávila trabajamos en la búsqueda de la excelencia en cada uno de los campos laborales, académicos y sociales. De ahí surge cada una de las colaboraciones en las que **cada uno de los planes de estudios ofrecidos por estas instituciones es revisado y sellado con la garantía educativa de nuestra universidad**, aportando así un valor añadido y un certificado universitario, así como una búsqueda de sinergias y en muchas ocasiones compartir equipos profesionales, educativos o de sistemas.”

¿Qué significa ser «Centro Acreditado por la Universidad Católica de Ávila»?

La principal ventaja que ofrece acreditar una titulación como título propio Universitario es que dichos estudios cuentan con el respaldo de la Universidad Católica de Ávila:

“Desde la UCAV, nos preocupamos mucho de que los títulos que acreditamos con otras instituciones reúnan los estándares que exige nuestra normativa interna de estudios propios. Asimismo, realizamos una **auditoría anual a través de la cual, podemos comprobar que los centros colaboradores mantienen los estudios según los requisitos que exigimos**. Por otro lado, acreditar un título con nuestra Universidad, le da un valor añadido, ya que nuestro centro está consolidado y tiene un prestigio reconocido a nivel nacional e internacional. Algunos de los premios y rankings en los que destacamos son los siguientes:

- Está dentro del ranking Forbes de las 25 mejores universidades de España 2022
- Es la Universidad de Castilla y León mejor posicionada en la calidad del empleo de sus egresados.
- Premio Blackboard Catalyst 2021 por estar a la vanguardia de la innovación educativa”

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.

5. 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 existencia

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.- Balanced Scorecard

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 Online

- 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

6. Director del Máster

Antonio Manuel García Martín (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 y 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 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 encontrarán para cada problema propuesto una solución experta, personal y adaptada.

El trabajo en equipo es primordial en la metodología del Máster y en el futuro profesional del alumno, ya que potenciará la dinámica de trabajar con otros profesionales con un objetivo común. 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 proporcionará 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.

7b. METODOLOGÍA. Modalidad 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).

7c. 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 Máster.

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 y el valor añadido de las clases prácticas de este máster.

Proyecto Fin de Máster: Consiste en la realización de un proyecto original en el que el alumno pondrá en práctica todo lo aprendido en una empresa virtual. Desarrollar el análisis de riesgos, elaborar el manual de prevención y el informe de experto externo. 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: 1.500 horas de clases teórico-prácticas (**60 ECTS**) + sesiones presenciales-virtuales. 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.

El director de la formación establecerá el calendario de las clases con anterioridad. 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 máximo de 10.

8b. Calendario y duración. Modalidad on-line

La duración del MBA Executive es de **1.500 horas (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.

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**”
emitido por IMQ Ibérica Business School – 1.500 horas (60 ECTS)



Superada la prueba pertinente, IMQ Ibérica organismo de certificación oficial, acreditará como:
Auditor Interno en Compliance ISO 19600:2015

Diploma “**Máster en Dirección y Administración de Empresas – Executive**”
emitido por la Universidad Católica de Ávila



UCAV
www.ucavila.es