



EUDE | BUSINESS
SCHOOL



MBA

Especialidad
en Calidad y RSC

ONLINE





índice

1. Datos Clave
2. Ranking
3. Ventajas diferenciales y Convenios Oficiales
4. Contenido del MBA especialidad en calidad y RSC
 - 4.1. Programa de estudios
 - 4.2. Programas expertos de habilidades directivas
 - 4.3. Aprendizaje de idiomas
5. Competencias
6. Metodología de estudio
7. Claustro Académico
8. Bolsa de prácticas
9. Campus de EUDE
10. Certificaciones y Reconocimientos

Datos clave



Modalidad:
Online



Duración:
2.100 h. equivalente a 84 créditos ECTS.



Fechas de inicio:
Cada 15 días (online)



Horario:
Flexible



Ubicación:
Campus de Arturo Soria (Madrid).



Formación complementaria:
Programas de habilidades directivas.



Metodología:
Clases Teórico - Prácticas.
Contenido online – Campus Virtual.
Seminarios. Visitas Empresas.



Idiomas:
7 idiomas: (Inglés, Francés, Italiano,
Alemán, Chino, Español y Neerlandés).





Rankings



EUDE Business School en el puesto nº 11 del ranking del 2015 de su lista de las Mejores Escuelas de Negocios dentro de España,



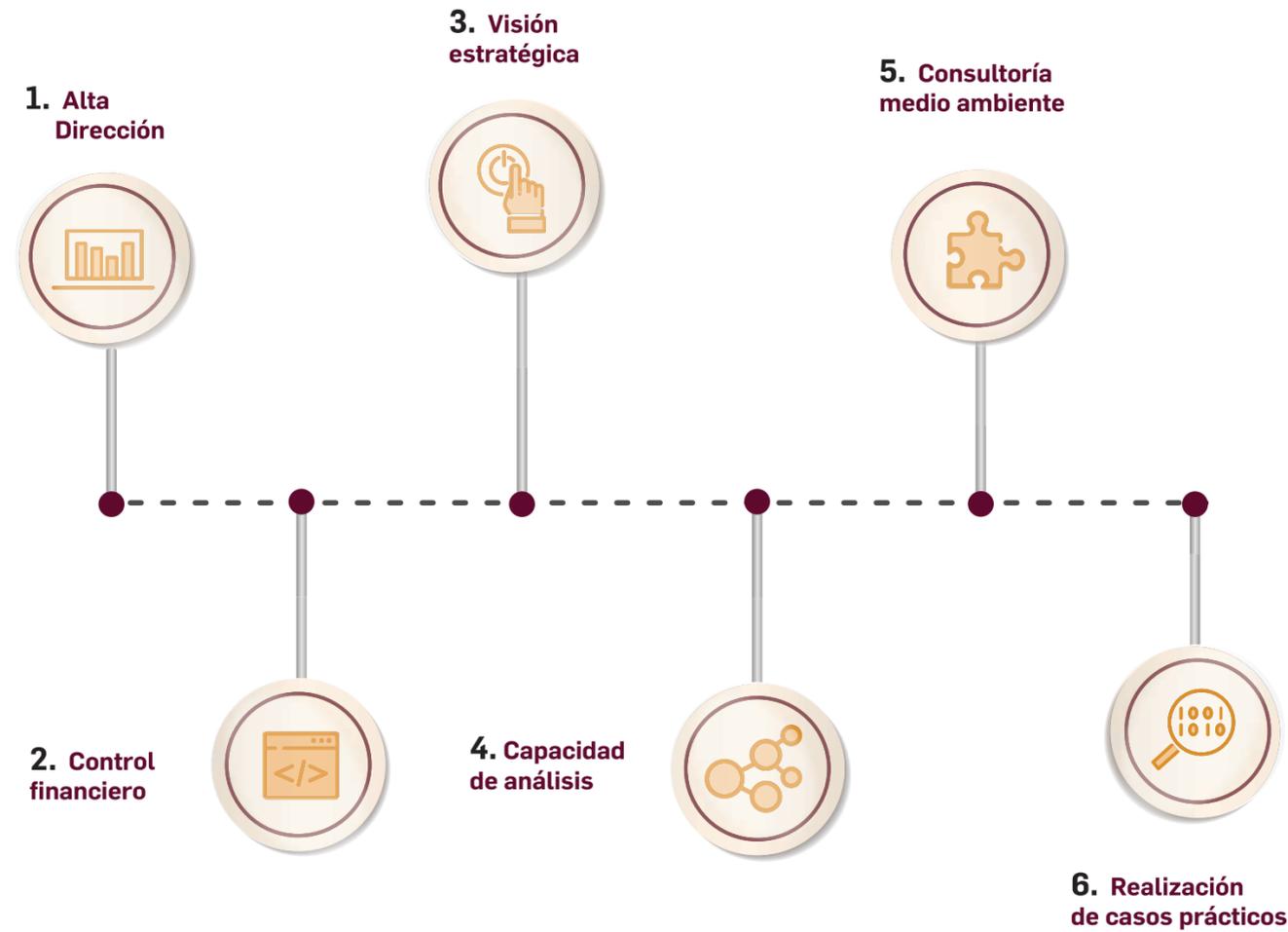
El MBA online aparece, por tercer año consecutivo, en el "Financial Times Online MBA programme listing 2013".



EUDE Business School está situada en el n5 del Ranking de Escuelas de Formación Superior de habla hispana y en modalidad online. (2015).



EUDE es la Escuela de Negocios número uno en España por número de alumnos en postgrado en 2011, 2012 y 2013."



Ventajas

DE ESTUDIAR UN MBA ESPECIALIDAD EN CALIDAD RSC

1. Recibirás dos Títulos independientes, un Título expedido por la escuela EUDE Business School y otro Título Oficial expedido por la prestigiosa Universidad Rey Juan Carlos, en base al convenio vigente entre las 2 instituciones.
2. El programa ha superado filtros de calidad (Universidad, Ministerio de Educación y/o de los Gobiernos regionales y la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación - ANECA)
3. Podrás ser capaz de auditar de manera interna los sistemas de gestión ambiental y de calidad de cualquier empresa, además de promover acciones

- de Responsabilidad Social Corporativa y elaborar informes o memorias de sostenibilidad.
4. Durante el máster se empleará el estudio y análisis de casos reales de empresas que actualmente están en el mercado. Este instrumento te permitirá afrontar en tu vida profesional situaciones similares pero sabiendo cómo actuar en cada caso concreto.
5. Lograrás a realizar mediciones, análisis y mejoras de los resultados con el objetivo de conseguir la satisfacción del cliente.

Convenios PARA OBTENER TU TÍTULO

Contamos con convenios con las mejores Universidades nacionales e internacionales, que te permitirán adquirir una formación avalada de primer nivel. EUDE da respuesta a las actuales necesidades de un mundo global en continua evolución, aportando valor en sus profesiones y contribuyendo al progreso del espíritu emprendedor.

Sin duda, el mejor aval de EUDE es la incansable apuesta por la excelencia académica, la vanguardia tecnológica, la empleabilidad y la conexión con el entorno empresarial a través de sus directivos docentes, seminarios y jornadas de networking.



DATOS CLAVE

· DURACIÓN DEL MÁSTER: 2.100 h.

· ÁREAS DE CONOCIMIENTO:

1. Dirección y organización de la empresa
2. Estrategia de la empresa
3. Dirección estratégica de recursos humanos
4. Dirección de marketing y gestión comercial
5. Dirección financiera
6. Comercio exterior
7. Dirección de operaciones, logística y calidad
8. Gestión de la innovación y la tecnología en los organizadores
9. Eficiencia directiva
10. Aspectos legales
11. Sistemas de gestión de la Calidad
12. Sistemas de gestión Ambiental.
13. Integración de Auditoría de Sistemas
14. Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa
15. Organización y Gestión de los Grupos de Interés
16. Comunicación y Modelos de Gestión de la RSC

· PROYECTO FIN DE MÁSTER

1. DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Objetivo: El objetivo de esta área introductoria al MBA es conocer las características propias de la empresa mercantil, a diferencia de otro tipo de organizaciones, abordando aspectos cruciales en la configuración y en el adecuado funcionamiento y gobierno de las empresas como son la apropiada

elaboración de la Misión, Visión y Valores de una empresa, la filosofía, la influencia de la cultura empresarial y la gestión de los cambios organizativos.

Otro objetivo a tratar es la importancia del liderazgo en toda organización, dado que hoy más que nunca los mercados requieren empresas bien gestionadas pero sobre todo bien lideradas.

Al finalizar esta área de conocimiento, el alumno habrá sido capaz de tener una visión realista de las empresas en el entorno actual, conocer y crear la estructura organizacional que el negocio necesita, conocer diferentes estilos de dirección y liderazgo y su influencia en los resultados

económicos de la empresa así, como el papel de la Dirección General en el gobierno de la empresa de negocios

Contenido:

- La empresa en el entorno actual.
- La cultura organizacional y su impacto en la empresa.
- Estilos y modelos en la dirección.
- Estructuras organizativas.
- La gestión de los cambios en las empresas.
- Política de empresa. La función del Director General. Aspectos claves en la dirección de empresas.
- El modelo de negocio.

2. ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA

Objetivo: El objetivo de los módulos de estrategia es trabajar de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnosticar, definir, implantar y controlar la estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme a las circunstancias del mercado en su conjunto. Al finalizar estos módulos el alumno estará capacitado para:

- Identificar criterios y desarrollar la metodología necesaria para crear y poner en acción la estrategia que la empresa necesita.
- Desarrollar la estrategia más adecuada según el comportamiento y situación del sector donde se compete.
- Elaborar ventajas competitivas que permitan la diferenciación de la empresa frente a los competidores.
- Saber gestionar la implantación de la estrategia elegida.
- Conocer el funcionamiento y la utilidad del Cuadro de Mando Integral como herramienta de control de la estrategia empresarial.

Contenido:

- Función de la estrategia en el desarrollo del negocio.
- Objetivos estratégicos de la empresa.
- El proceso estratégico.
- Ventajas competitivas de las empresas.
- Análisis estratégico en la dinámica de la gestión empresarial.
- Desarrollo de la estrategia.
- Formación e implementación de la estrategia.
- El Cuadro de Mando Integral.

3. DIRECCIÓN ESTRATEGICA DE RECURSOS HUMANOS

Objetivo: El propósito fundamental de esta área de conocimiento es que el estudiante conozca el papel que juegan las personas dentro de las organizaciones. A partir de esta premisa se revisa el desarrollo y los elementos constitutivos de la disciplina que hoy se conoce indistintamente como "Recursos Humanos", "Capital Humano" o "Gestión de Personas". Se describirán los principales procesos asociados a esta disciplina, concluyendo

en el proceso integrativo que el Director de Recursos Humanos ha de tener con el resto de las áreas funcionales de la empresa.

Al finalizar esta área el alumno:

- Conocerá los elementos constitutivos propios de la Dirección de Recursos Humanos.
 - Desarrollará las estrategias de gestión de las personas a partir del plan estratégico corporativo.
 - Aprenderá a identificar el valor que cada persona tiene respecto a las tareas que desarrolla en una empresa y el papel que cumple su integración en la misma.
 - Describirá las principales tareas asociadas a los procesos propios de la Dirección de Recursos Humanos.
- Contenido:**
- Escenario y organización del capital humano en las organizaciones.
 - Enfoque estratégico de la Dirección del Capital Humano.

4. DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL

Objetivo: En esta área se transmitirá la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos y, la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing y estratégicas de la compañía.

Además, se analizará la importancia que tiene la gestión comercial y el liderazgo de los equipos comerciales para la consecución de los objetivos de toda organización y, la de establecer estrategias eficaces para la fuerza comercial.

El alumno al nalizar el estudio de esta área estará capacitado para:

- Comprender y llevar a la práctica una apropiada. Segmentación de mercados.
- Analizar el entorno desde una perspectiva comercial y de marketing.
- Optimizar la imagen y posicionamiento de la empresa.
- Valorar la importancia de la gestión y el liderazgo de equipos comerciales.
- Aplicar estrategias que le permitan seleccionar, incentivar y motivar a la fuerza de ventas.

Contenido:

- Marketing estratégico.
- Imagen, marca y reputación.
- Sistemas de dirección comercial.
- Plan de acción comercial.
- Gestión ecaz del cliente.
- Plan de ventas y su integración en el Plan de Marketing.
- Plan de Marketing. Ejecución y control de actividades.

5. DIRECCIÓN FINANCIERA

Objetivo: Las Finanzas constituyen una parte esencial de cualquier MBA, porque hoy es crítico para cualquier empresa contar con directivos que sepan generar alternativas y tomar decisiones en clave económico-nancieras y prever sus repercusiones para la empresa en su conjunto.

Independientemente de la formación y de la experiencia profesional previa, el alumno al nalizar esta área estará capacitado para:

- Entender el papel de las finanzas en la toma de decisiones empresariales.
- Entender el papel de la contabilidad como herramienta para la toma de decisiones.
- Comprender y analizar de manera ecaz un balance y una cuenta de resultados.
- Analizar cuáles son las principales fuentes de la información financiera.
- Gestionar financieramente un proyecto empresarial independiente.
- Seleccionar las inversiones cuando el presupuesto es limitado o cuando los proyectos no pueden desarrollarse de forma simultánea..
- Valorar proyectos de inversión y empresas.
- Entender el papel de las nanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa y garantizar su supervivencia.

Contenido:

- Gestión contable. Análisis del patrimonio social. Cuentas patrimoniales. Cuentas anuales Normativa contable internacional y normativa contable nacional.
- Finanzas Operativas y Estructurales.
- Introducción a la gestión financiera. Análisis financiero de la empresa. Otros indicadores de diagnóstico financiero. Ratios financieros y contabilidad.
- Introducción a la evaluación y selección de inversiones y valoración de empresas. Metodologías.
- Introducción a las nanzas corporativas, valoración de deuda y de la renta variable.
- Valoración de proyectos. Valoración de proyectos de inversión.
- Instrumentos de financiación de la empresa.

6. COMERCIO EXTERIOR

Objetivo: La madurez de los mercados nacionales ha obligado a las empresas a buscar nuevos horizontes, nuevos clientes, nuevos mercados, es decir, salir al exterior, convirtiendo la internacionalización en una necesidad no sólo para las grandes empresas sino también para las PYMES. Esta salida al exterior requiere de unos conocimientos muy concretos para no errar en el intento puesto que, errores en este campo pueden resultar muy caros para la empresa en su conjunto.

Al finalizar los módulos de comercio exterior el alumno habrá tenido ocasión de conocer de una forma práctica y cercana cómo se gestiona el negocio internacional de la empresa y sus implicaciones; su operativa, los medios de cobro, las necesidades de financiación para la empresa y los proyectos, los riesgos básicos que existen y las particularidades y tipologías de los contratos más habituales.

- El comercio exterior y su implicación en el plan estratégico de la empresa.
- Gestión Operativa del negocio internacional.
- El comercio exterior y su implicación en el plan estratégico de la empresa.
- Gestión operativa del negocio internacional.
- Gestión de la exportación. Modalidades de contratación internacional.
- SeDistinción en los procesos aduaneros, dentro de la UE y con terceros países.
- Fiscalidad de las operaciones internacionales.
- Medios de pago, mercado de divisas y tipos de cambio.
- Financiación Internacional y mercados financieros. Medios de pago, mercado de divisas y sus aplicaciones al riesgo cambiario.
- Modalidad de contratos en el mercado internacional.

7. DIRECCIÓN DE OPERACIONES, LOGÍSTICA Y CALIDAD

Objetivo: Presentar a los estudiantes de forma práctica y dinámica los conocimientos y herramientas de la Logística Integral como parte esencial del modelo de negocio de una empresa y que incluyen aspectos relativos al aprovisionamiento,compras, planificación y gestión de la producción, almacenamiento, transporte y distribución de los productos ofrecidos a los consumidores finales.

Se pretende que el estudiante sea capaz en esta área de tener:

- Una visión de conjunto de los procesos internos que se desarrollan en una empresa.
- Criterios organizativos a nivel logístico como pieza clave en la construcción de los procesos internos de la empresa.
- Conocimiento del funcionamiento de los diferentes canales de distribución, así como los criterios y métodos para elegir los canales que precise la empresa.

Contenido:

- Logística y supply chain management. Actividades logísticas
- Sistemas productivos y de gestión de la calidad.
- Lean management.
- Los canales de distribución comercial al servicio de la empresa. Alternativas estratégicas en la distribución.
- Métodos de selección de los canales.
- Tendencias actuales en la distribución.

8. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA EN LAS ORGANIZACIONES

Objetivo: La innovación y la tecnología son factores estratégicos para la competitividad de las empresas, que están presentes en cada actividad de la cadena de valor de las organizaciones, lo que las sitúa como pilares básicos sobre los que fundamentar ventajas competitivas.

Estos factores estratégicos unidos a los constantes cambios tecnológicos y al acortamiento del ciclo de vida de los productos y servicios, pone de relieve la importancia que tiene el saber gestionar adecuadamente los procesos de innovación y gestión de la tecnología, que permitan a las empresas consolidar o mejorar su posición en el mercado.

En esta área se quiere dar respuestas a preguntas como: ¿qué es la innovación y para qué innovan las empresas? ¿En qué áreas puede innovar una empresa? ¿Cómo se innova? ¿Qué papel juega la tecnología en la empresa y cómo se gestiona? ¿Cómo se abastecen tecnológicamente las empresas? ¿Para qué se protege la tecnología y a través de qué mecanismos se hace?

Así, el alumno estará capacitado para:

- Conocer el ciclo de vida de la innovación y sus retornos (directos e indirectos).
- Conocer las diferentes estrategias de innovación empresarial, como la del líder, la del seguidor y la del imitador.
- Estudiar cómo se innova desde diferentes epicentros del modelo de negocio y aprender herramientas de aplicación práctica.
- Conocer las fases en las que se divide el proceso creativo y ser consciente de la importancia creciente que, a la hora de innovar, juegan los espacios y los tiempos en las organizaciones.
- Estudiar un esquema conceptual de relación entre empresa y tecnología.
- Conocer las diferentes estrategias de innovación empresarial.
- Conocer metodologías predictivas para la gestión de Proyectos, como la basada en la guía PMBOK del PMI y PRINCE2, y saber identificar en qué tipo de organizaciones y para qué tipo de Proyectos son adecuadas.

- Saber las principales funciones que abarca la gestión de la tecnología en una empresa y aprender una herramienta práctica para evaluar alternativas tecnológicas desde un punto de vista estratégico.

Contenido:

- Competitividad: Papel de las TIC en las empresas
- Las nuevas tecnologías: Comunicaciones y redes sociales.
- Internet como contexto para el desarrollo de los negocios.
- Métodos predictivos para gestión de proyectos. PMBOK y PRINCE 2.
- Metodología LEAN START-UP.
- Metodología predictiva del PMI (Guía PMBOK).
- Gestión de proyectos. Método SCRUM.
- Tendencias tecnológicas. Patentes y propiedad industrial.

9. EFICACIA DIRECTIVA

Objetivo: El directivo de hoy debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas.

Una vez nalizada el área el alumno será capaz de:

- Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.
- Elaborar las bases estratégicas que permitan planificar y anticipar los movimientos futuros en el ámbito de la dirección de equipos humanos y organizaciones.
- Contar con un mayor poder de adaptación a las exigencias del actual mercado laboral.

ESPECIALIDAD RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Contenido:

- Dirección y comunicación empresariales.
- Desarrollo de competencias para la dirección.
- Técnicas de negociación empresarial.
- Técnicas para la toma de decisiones eficaces.

10. ASPECTOS LEGALES

Objetivo: El empresario y el directivo no necesariamente tiene que ser un profesional del derecho, pero esto no quiere decir que desde el punto de vista de la dirección se desconozcan aspectos jurídicos cruciales y, principalmente cuando se tratan de asuntos mercantiles y fiscales que resultan necesarios conocerse para desarrollar dirección de la empresa con seguridad y confianza.

Así, el estudio del área legal va a permitir al alumno estar en condiciones de conocer aspectos tan importantes como:

- Implicaciones jurídicas de los distintos tipos de sociedades mercantiles.
- Implicaciones y responsabilidades jurídicas de la actividad empresarial.
- Conocer las alternativas más ventajosas para la contratación internacional e implementación de negocios en España.

Contenido:

- Sociedades capitalistas: estructura corporativa.
- Joint venture agreement y corporation. Pactos de socios.
- Fusiones y adquisiciones de empresas y activos.
- Concentraciones empresariales y competencia desleal.
- Tributación internacional.
- Contratación internacional: análisis y casuística más relevante.
- Implementación de negocios en España.

11. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Objetivo: El objetivo general del primer bloque es conocer de forma global en que consiste y que requisitos debe cumplir un sistema de gestión de la calidad y cuáles son sus objetivos fundamentales: identificación de los procesos de la empresa y establecimiento de un sistema de indicadores, documentar un sistema de gestión en base a los requisitos de la norma, definir las responsabilidades de la dirección y su implicación dentro del proceso de diseño, implantación y seguimiento del sistema. En la parte de modelos y herramientas se pretende aprender los conceptos básicos de calidad así como la historia “evolutiva” de la calidad, conocer los procesos de normalización y certificación de sistemas de gestión, conocer las normas y modelos de referencia en calidad y la excelencia (familia normas ISO 9000, EFQM, Modelo Iberoamericano, Deming, Malcom Baldrige...).

Contenido:

- Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 (I).
- Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 (II).
- Modelo y Herramientas de Calidad.

12. SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL

Objetivo: se busca es conocer la historia “evolutiva” del concepto de medio ambiente y la relación con las empresas, así como, conocer, interpretar y analizar los requisitos de la norma ISO 14001 Parte I y el Reglamento EMAS, para el diseño, implantación y mantenimiento de un sistema de gestión ambiental.

Contenido:

- Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 (I).
- Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 (II).

13. INTEGRACIÓN Y AUDITORÍA DE SISTEMAS

Objetivo: en el módulo Integración y Auditoría de Sistemas estudiaremos cómo desarrollar la implantación de ambos sistemas de gestión de manera integrada, así como conocer, interpretar y analizar los requisitos de la UNE-EN-ISO 19011:2011 para la realización de auditorías internas del sistema de gestión de una organización.

Contenido:

- Integración y Auditoría de Sistemas.

14. FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Objetivo: El objetivo del presente capítulo es presentar el “business case” de la RSC, partiendo de una introducción sobre el concepto de Empresa Tradicional para así pasar a la explicación del nuevo paradigma de la Empresa Responsable y como este nuevo paradigma se basa en el claro “argumento empresarial” que hay detrás del concepto de RSC.

Contenido:

- Fundamentos de la RSC.

15. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Objetivo: Acercamiento al concepto de ética, para luego profundizar en cuales son los valores y principios que deben definir una empresa ética y responsable, y así poder entrar de lleno en el concepto de buen gobierno corporativo a través del análisis de diversas iniciativas de gobierno corporativo como son leyes, informes y códigos nacionales e internacionales. Después pasaremos a la definición de cómo se puede componer el gobierno corporativo en una organización, y hablaremos sobre el buen gobierno corporativo en España y las implicaciones de la RSC sobre el gobierno corporativo. Fundamental en este punto

es hacer referencias a los códigos de conducta empresarial y al concepto de corrupción.

Hablaremos sobre índices y normas que incluyen criterios de buen gobierno corporativo, como son los índices socialmente responsables, y veremos que es el Dow Jones Sustainability Index, el FTSE4Good y por último analizaremos en detalle la Norma Española Forética SGE21.

Por otro lado, no se puede concebir una empresa socialmente responsable sin unas claras políticas y buenas prácticas de gestión en recursos humanos y que no tengan en cuenta los principios del desarrollo sostenible fundamental para el crecimiento y bienestar de las personas que forman las organizaciones. En otras palabras, es fundamental colocar la atención de la responsabilidad social en su interior porque ahí se conforma su esencia y el elemento insustituible que conforman las personas, que llamaremos stakeholders internos.

Por último, estudiaremos la relación de la empresa con sus stakeholders externos, es decir, con las comunidades externas y con los proveedores. Una correcta gestión de las comunidades y de la cadena de valor aporta al desarrollo sostenible y en concreto, a la mejora en la calidad de vida de los grupos de interés de una organización. Para que esto ocurra es importante que las organizaciones estén comprometidas y sean diligentes en prevenir de forma integral los impactos de carácter social, ambiental y económico que generan sus operaciones y cumplir con sus políticas y prácticas de responsabilidad social corporativa.

Contenido:

- Buen Gobierno Corporativo y Organizacional
- Gestión de Colaboradores.
- Gestión de las Comunidades y de los Proveedores.

16. COMUNICACIÓN Y MODELOS DE GESTIÓN DE LA RSC

Objetivo: En este capítulo ahondaremos en la importancia de la comunicación como estrategia para poner en valor los atributos sostenibles y responsables de cualquier organización.

Además, veremos que es de vital importancia implementar en las organizaciones modelos de gestión de la RSC, pues son ellos los que nos permitirán conocer cómo se encuentra la empresa con respecto a la RSC y que acciones se deben diseñar e implementar para incorporar este término. Así mismo cualquier modelo de gestión se convierte en una herramienta útil para las organizaciones ya que busca ser articulado con la empresa para generar beneficios sociales, económicos y ambientales y a su vez se mejora constantemente el desempeño empresarial.

Contenido:

- Comunicación e Informes de sostenibilidad.
- * Modelos de Gestión de la RSC.

17. PROYECTO: FIN DE MÁSTER*

Objetivo: Aplicar los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno a lo largo de todo el programa Máster.

- Sentir las mismas sensaciones que tiene el profesional en su entorno laboral.
- Disfrutar con los resultados del trabajo bien hecho, pero al mismo tiempo conocer las dificultades que siempre supone lanzar un Plan de Negocio.

Para la elaboración del anteproyecto y del proyecto, el estudiante contará con el asesoramiento de un Tutor Personalizado durante la duración del mismo y paralelamente con la ayuda especializada de todo el Claustro Académico, con lo que, el Proyecto Fin de Máster se convierte en un trabajo de auténtica consultoría especializada.

* No todos los másteres tienen PFM. El PFM podría no ser obligatorio.



PROGRAMAS EXPERTOS

de habilidades directivas

El desarrollo de habilidades sociales, el liderazgo, las habilidades comunicativas, la inteligencia emocional y el dominio de los pilares fundamentales del entorno digital tienen una importancia vital hoy en día. EUDE como formación complementaria al MBA y con el objetivo de buscar la excelencia y ayudarte a destacar profesionalmente, incorpora al programa una serie de módulos formativos que te aportarán un gran valor a nivel profesional y, por supuesto, también a nivel personal. Comprobarás de inmediato los resultados.

EXPERTO EN INTELIGENCIA EMOCIONAL Y

LIDERAZGO: Cómo garantizarte el éxito en la vida y en el trabajo.

EXPERTO EN PNL (Programación Neurolingüística):

La Fórmula para ganar influencia y destacar.

EXPERTO EN ORATORIA Y PERSUASIÓN: Técnicas prácticas para exponer tus ideas con brillantez ante cualquier público.

MÁRKETING DIGITAL Y EMPRENDIMIENTO: Google, Facebook... Cómo posicionar e incrementar los resultados.

Estudia idiomas CON EUDE BUSINESS SCHOOL

Disponemos de 7 idiomas. Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Elige entre:

1. Chino // 2. español // 3. inglés // 4. francés // 5. alemán // 6. Italiano // 7. neerlandés.

Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

La modalidad presencial full-time incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año y clases de inglés presenciales durante tres meses. La modalidad presencial executive incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año.



A medida que crecen las influencias multiculturales, crece el interés en el aprendizaje de idiomas. Estudiantes internacionales, participantes en programas de estudios en el extranjero e incluso estudiantes de programas específicos como los negocios, las finanzas, marketing, medio ambiente, etc: todos ellos precisan aprender idiomas. Esa es la razón por la que te ofrecemos:

- Cursos de idiomas que ofrecen contenido flexible que complementa la formación.
- Actividades de gramática incluyen ejercicios, explicaciones y herramientas para perfeccionar los conocimientos fonéticos y gramaticales.
- Evaluaciones incluyen pruebas de nivel, progresos y adquisición de conocimientos.

- Lecciones de cultura ayudan a los alumnos a comprender y apreciar mejor el idioma y su cultura.
- Applications móviles permiten la realización de prácticas en cualquier momento, lugar y dispositivo, al tiempo que se sigue realizando un control de los progresos durante el proceso.

Competencias

QUE ADQUIRIRÁS CON EL MBA ESPECIALIDAD EN CALIDAD Y RSC

DIRECCIÓN

Podrás desempeñar tareas de la Alta Dirección ya que adquirirás la formación necesaria, gracias a los profesionales que conforman el claustro de profesores. Además adquirirás una capacidad de liderazgo para ponerla en práctica en tu organización, dado que hoy más que nunca los mercados requieren empresas bien gestionadas pero sobre todo bien lideradas.

ESTRATEGIAS ENFOCADAS A RESULTADOS

Asumirás la responsabilidad en la concepción e implementación de las decisiones estratégicas. Trabajarás de una manera práctica los criterios y herramientas necesarias para analizar, diagnosticar, definir, implantar y controlar la estrategia más adecuada para la empresa, analizando las diferentes alternativas estratégicas y ventajas competitivas conforme a las circunstancias del mercado en su conjunto.

FINANZAS

Las Finanzas constituyen una parte esencial de cualquier MBA, porque hoy es crítico para cualquier empresa contar con directivos que sepan generar alternativas y tomar decisiones en clave económico-financieras y prever sus repercusiones para la empresa en su conjunto. Aquí comprenderás y analizarás de manera eficaz un balance y una cuenta de resultados; analizarás las principales fuentes de la información financiera; seleccionarás las inversiones cuando el presupuesto es limitado o cuando los proyectos no pueden desarrollarse de forma simultánea; tendrás capacidad de valorar proyectos de inversión y empresas. Entenderás el papel de las finanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa.

MARKETING Y COMUNICACIÓN

En esta área se transmitirá la importancia del Marketing en los actuales entornos competitivos y, la necesidad de actuar con una perspectiva orientada al mercado, con una óptica 'cliente' que sirva de brújula en las actuaciones de Marketing y estratégicas de la compañía. Además, se analizará la importancia que tiene la gestión comercial y el liderazgo de los equipos comerciales para establecer estrategias eficaces.

COMERCIO INTERNACIONAL Y OPERACIONES

Conocerás de una forma práctica y cercana cómo se gestiona el negocio internacional de la empresa y sus implicaciones; su operativa, los medios de cobro, las necesidades de financiación para la empresa y los proyectos, los riesgos básicos que existen y las particularidades y tipologías de los contratos más habituales.

EFICIENCIA DIRECTIVA

El directivo de hoy debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas. Una vez finalizada el área serás capaz de:

- Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.



Metodología DE ESTUDIO EN EUDE

Desde el punto de vista académico, la metodología de trabajo desarrollada en EUDE Business School está basada en el Método del Caso. Consideramos que una formación eminentemente práctica es la mejor base para que el estudiante adquiera los conocimientos, aptitudes y experiencias que la empresa precisa. Los casos desarrollados en cada área de conocimiento son casos de éxito que ofrecen al estudiante un amplio margen para el análisis y la discusión. El aula o el Campus Virtual EUDE serán los foros más adecuados para que los estudiantes puedan compartir sus opiniones y reflexiones sobre cada documento.

Nuestra metodología de trabajo parte de la idea de que el conocimiento emana de cada uno de nosotros. Por esa razón el trabajo en grupo y la exposición constante de ideas serán las claves de nuestro éxito.

En lo referente al programa MBA logramos que el futuro gerente de empresa tenga una visión 360 grados de todos los ámbitos de la organización.

El MBA de EUDE Business School trata de huir de errores de la actualidad empresarial y hace una



buena apuesta por aspectos tan importantes como la Ética en los negocios, la buena Praxis y la Responsabilidad Corporativa. No solo formamos Directivos, formamos Personas.

Pretendemos que el estudiante adquiera una visión integral de la Gestión y Dirección de la Empresa, por esa razón el desarrollo del programa se complementa con lo que denominamos actividades transversales tales como: visitas a empresas, encuentros con directivos, mesas redondas, seminarios, etc.

Al finalizar el programa el estudiante entregará y defenderá su Proyecto Fin de Máster*. El PFM* es un plan de negocio real o simulado en el que el estudiante deberá haber aplicado todos los conocimientos y herramientas adquiridas.

Finalizados los estudios pretendemos haber contribuido al desarrollo profesional del estudiante pero también de la persona. Desde el inicio del programa EUDE Business School pretende mantener un trato cercano al estudiante desde todos y cada uno de los departamentos (Atención al Alumno, Orientación Profesional, Antiguos Alumnos, etc.). En ese sentido el papel del profesor también es determinante pues pretendemos que su labor no se limite a la simple evaluación de resultados, sino al continuo feed-back que permita al estudiante conocer en todo momento sus puntos de mejora y fortalezas.

El verdadero objetivo del Máster no es sólo terminarlo sino conseguir que el esfuerzo realizado le sirva para alcanzar las metas de su carrera profesional.

* No todos los másteres tienen Proyecto Fin de Máster. El PFM podría no ser obligatorio.

Claustro Académico

DEL MÁSTER EN MBA ESPECIALIDAD EN CALIDAD Y RSC

1. Profesorado

Contamos con un claustro de profesores constituido por excelentes docentes y contrastadas trayectorias profesionales en puestos de responsabilidad y dirección en empresas nacionales y multinacionales de renombre. Estos profesores, acompañarán dentro y fuera del aula a los alumnos, ofreciendo atención individualizada, gracias a las diferentes herramientas de comunicación que hoy en día nos brinda internet. Como complemento, también contaremos con profesores invitados a seminarios, charlas y conferencias, que enriquezcan la formación que están recibiendo, con enfoques innovadores y de tendencia.



PATRICIA GONZÁLEZ

Auditor Jefe de Sistemas de Gestión de la Calidad y el Medio Ambiente. Director Técnico Consultoría especializada en Gestión de la Calidad (ISO 9001, EFQM, Certificado Producto, Marcado CE, ISO 27001 etc.) Medio Ambiente (ISO 14001, EMAS, etc.). Prevención de Riesgos Laborales (Seguridad, Higiene, Ergonomía y Psicología) y Seguridad Alimentaria (APPCC, IFS, BRC, ISO 22000, etc.). Desarrollo e impartición de conferencias a nivel nacional y de acciones formativas en Escuelas de Negocios.

IRENE ALONSO

Licenciada en Biología. Especializada en el área ambiental. Máster en Gestión Ambiental, Calidad y auditorías para empresa. Profesora del Área de Medio Ambiente y Calidad.

JUAN DÍAZ DEL RÍO

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid; Responsable de la División Estratégica de Negocio de la Consultora NEXOR ADVERTIS; Subdirector del Área de Operaciones en AUNA Telecomunicaciones (actual ONO). En la parte académica fue Director Ejecutivo del Programa Intensivo de Dirección de Empresas en el Instituto San Telmo y es coautor del libro "Distribución Comercial Aplicada".

LAURA MONTEAGUDO

Licenciada en Dirección y Administración de Empresas, Especializada en Marketing y en E-Commerce y continuamente vinculada a los medios online. Actualmente forma parte del claustro de profesores fijos de EUDE Business School, aunque también colabora con ESDEN y el programa de Formación a Directivos que desarrolla ERICKSON MADRID en la parte de Comunicación. Cuenta con una larga trayectoria vinculada al emprendimiento online, en su último proyecto fue socia fundadora y directora en The Yigibee Company, start up española centrada en identificar los gustos de los consumidores para conseguir descuentos privados. Anteriormente, desarrolló su carrera profesional en Lancôme, dentro del Grupo L'Oréal, como Jefe de Producto de Maquillaje y en agencias de publicidad como Contrapunto y Young & Rubicam.

JAVIER LOZANO

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid; Socio Fundador de CONSPROY y Director de Marketing y Relaciones Empresariales del Parque Tecnológico de Andalucía; Autor de diversos libros y artículos relacionados con Logística y Marketing; Colabora desde hace tiempo con Escuelas de Negocio entre las que destacan EOI, Escuela de Negocios y Dirección o EUDE Business School.

ROCÍO GONZÁLEZ

Licenciada en Derecho; Máster en Dirección Comercial y Marketing ESIC; Técnico en Comercio Exterior; Responsable de Comercio Internacional DON SATURNINO (sector cárnico); Técnico en Exportaciones para la Junta de Castilla y León EXCAL.

FRANCISCO JAVIER SASTRE

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá de Henares. Executive MBA por el Instituto de Empresa. Programa de Dirección General por IESE Diversas posiciones directivas en empresas tanto nacionales como multinacionales: Diversas posiciones de Dirección en RRHH en el Grupo PSA-PEUEOT-CITROËN.

JACEK WASZKIEWICZ

Licenciado en Dirección de Empresas y Marketing y MBA. Director de marketing DEI Andorra. Director de marketing y desarrollo en PCE Polonia. Responsable de marketing e investigación en ZMK Pozna.

PAOLO LOMBARDO EXPÓSITO

Licenciado en Psicología. Máster en Desarrollo Organizacional. Máster en Coaching Personal, Ejecutivo y Empresarial. Profesor de Psicología Experimental y Psicología clínica / Universidad Central de Venezuela. Director de Recursos Humanos / Pandock c.a. Director de Contenidos y Tutorías / EUDE Business School. Licenciado en Marketing y Administración de Empresas (ESEM). Máster en Comercio Internacional (Cámara de Comercio de Madrid).

M^º ISABEL VILLARES

Licenciada Psicología Industrial. Master en Dirección y Organización de RRHH. Responsable de selección y formación en GMC Consultores durante 6 años. Responsable de selección, formación y desarrollo en Euromaster (Grupo Michelin). Directora de RRHH en Euromaster (Grupo Michelin). Socia Directora de la consultora Influencia Organizativa.

MIGUEL ÁNGEL MANRIQUE

MBA Especialidad Marketing University of Hartford. MBA Internacional Universidad Antonio de Nebrija. Licenciado CC Económicas y Empresariales Universidad Complutense de Madrid. Director exportación en laborat. AlterAlter Farmacia- Nutribén. Director internacional y marketing – Seda Solubles S.L. Associate Director en Alliance Coffee Company (ACC). Área Manager Supermax P.C. Ibérica, S.A. Director de Marketing Seda Solubles, S.L. Director internacional Grupo Navidul, S.A. Product Manager Wella Wspania, S.A (Procter & Gamble).

JOAQUÍN DÁNVILA

Ingeniero Superior de Minas (especialidad Energía y Combustibles), PDD en Dirección General por IESE Business School, Programa de Marketing en Centro de Estudios Financieros, Programa de Marketing en Instituto de Empresa. Consultor de Comercial, Marketing y procesos en SOLUZIONE CONSULTORÍA Adjunto al Director de Organización y procesos en UNION FENOSA Responsable de Desarrollo de Negocio y Marketing en SEUR S.A. Director de Desarrollo de Negocio y Marketing en SEUR INTERNACIONAL GRUPO GEOPOST. Director Comercial, Negocio, Marketing y Red de Oficinas en NOVANCA – CAJA RURAL. Actualmente: Director de Negocio, Marketing y Ventas de NOVANCA – CAJA RURAL, Miembro del Grupo de Trabajo de Autocontrol en materia de transparencia Publicitaria de cara al Banco de España, Miembro de la comisión técnica de Marketing para el sector financiero y asegurador de la Asociación Española de Marketing, miembro del Observatorio de Marketing para Banca 2.0 de Agrupalia, profesor de Dirección Comercial y Marketing en la Universidad a distancia de Madrid (UDIMA), profesor de Dirección Comercial y Marketing en el Centro de Estudios Financieros (CEF), profesor de banca comercial y Marketing bancario en Máster de Banca del CEU.

Bolsa de empleo

PLATAFORMA DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL

EUDE Business School ofrece una formación innovadora y adaptada a la realidad laboral, complementada con un departamento interno de Orientación Profesional que gestiona más de 1.200 convenios con empresas. Estas alianzas nos permiten ofrecer un amplio abanico de prácticas, a través de una plataforma de empleo propia, que avalan la continuidad de su formación práctica y la evolución laboral a todos los profesionales formados en EUDE Business School.

Algunas de las empresas destacadas con las que EUDE Business School tiene convenio a nivel nacional e internacional son:



Nuestros Campus

CONOCE LAS INSTALACIONES DE EUDE

La Escuela Europea de Dirección y Empresa es una relevante Escuela de Negocios con másteres en modalidad online y presencial, especializada en la preparación de líderes y profesionales en el ámbito empresarial con el fin de dar respuesta a las necesidades de un mundo global en continua evolución, aportando valor en sus profesiones y contribuyendo al progreso del espíritu emprendedor. Más de 50.000 alumnos formados a lo largo de dos décadas son el mejor aval de EUDE en la incansable apuesta por la excelencia académica, la vanguardia tecnológica, la empleabilidad y la conexión con el entorno empresarial a través de sus directivos docentes, seminarios y jornadas de networking. Fruto de todo este trabajo, los másteres de EUDE han ocupado las primeras posiciones en diversos Rankings de Escuelas de Negocios a nivel nacional e internacional, con especial referencia a la formación online.

Campus Presencial EUDE

Enfocado a la excelencia académica, el Campus de Arturo Soria, ofrece una variada oferta de titulaciones de postgrado centradas en el desarrollo profesional y competencial del estudiante.

La vida académica, profesional y personal se complementan equilibradamente en el Campus de Arturo Soria. EUDE Business School cuenta con dos edificios con más de 3.500m² útiles, a los que se suman más de 6.000m² propios de zonas comunes y cafetería propia.

El acceso al Campus de Arturo Soria es sencillo ya que se encuentra en el corazón de Madrid. La conexión es directa a través de transporte público y, en caso de disponer de coche, contamos con aparcamiento gratuito en los alrededores de las instalaciones.



Campus Virtual EUDE

Nuestro Campus Virtual EUDE apuesta por la formación de profesionales a nivel global, creando soluciones a las limitaciones geográficas y de horarios a través de un innovador método académico basado en un Campus Virtual que ha sido reconocido como la mejor plataforma para la formación e-learning a nivel europeo. Fruto de todo este trabajo, los másteres de EUDE Business School han ocupado las primeras posiciones en diversos Rankings de Escuelas de Negocio a nivel nacional e internacional en formación online.

UNA INICIATIVA PROPIA CON ÉXITO

Desde luego, podemos poner más de un nombre y apellido a todos esos alumnos que han conseguido su sueño tras su paso por EUDE. Sin embargo, hoy nos centramos en Laura Pérez, una joven licenciada en Psicología quien, con mucha ambición y espíritu emprendedor, ha logrado poner en marcha su propio negocio. Una empresa consultora 360º llamada Brainprise que cuenta ya con dos años de andadura y, según hemos podido saber, ha llegado para quedarse por mucho tiempo.

Carmen Zuñiga Pedrosa

Sellos de Calidad

CERTIFICACIONES CONCEDIDAS A EUDE



ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2008 indica los requisitos que debe cumplir una organización para que su Sistema de Gestión de la Calidad pueda ser certificado por una entidad acreditada (en el caso de EUDE Business School, Bureau Veritas).



MADRID EXCELENTE

El sello Madrid Excelente analiza la calidad global de la gestión de la empresa. Para obtener la certificación Madrid Excelente las empresas son analizadas de forma global (360 grados), prestando especial atención a la innovación, la responsabilidad social, la satisfacción de las personas y la contribución activa al desarrollo de la región. El sello reconoce y certifica la calidad y la excelencia en la gestión de la empresa de la escuela, lo que supone un reconocimiento oficial del gobierno de la Comunidad de Madrid.



CLADEA

El Consejo Latinoamericano de Escuela de Administración – CLADEA, es una de las redes más importantes de Escuelas de Negocios a nivel mundial. Esta organización internacional provee un sistema de cooperación a nivel global y mantiene vínculos de membresía recíproca con las principales instituciones académicas del mundo.



Asociación Española de Escuelas de Negocios, AEEN

La Asociación Española de Escuelas de Negocios, AEEN, es una agrupación creada para proteger y fortalecer el valor de las escuelas privadas y especialmente de los másters profesionales como vía de acceso al mercado laboral y herramienta de crecimiento para las empresas. EUDE Business School es una las escuelas que fundaron esta asociación de 2008.



Asociación Nacional de Centros de e-Learning y Distancia, ANCED

Desde su creación, el objetivo de la Asociación Nacional de Centros de e-Learning y Distancia ha sido la de potenciar y defender los intereses de sus centros asociados a la vez de ofrecer a sus alumnos un alto nivel en la calidad de enseñanza, garantizando a éstos una formación controlada por profesores y tutores especializados y asesorar a los Centros miembros de la ANCED sobre metodología, pedagógica, tutorías y nuevas tecnologías.



EFMD

EFMD (European Foundation for Management Development), una de las 3 organizaciones más prestigiosas del mundo en el sector de la formación de negocios. Gracias a ello, existe la posibilidad de acceder a acreditaciones fundamentales como el EQUIS, y de formar parte de un importante foro de intercambio de conocimientos, experiencias y networking. Concretamente, para el alumno, tiene la ventaja de poder contar con un nuevo puente de unión que le acerque a las empresas, poder asistir a las numerosas conferencias que la EFMD organiza, y la garantía de haber elegido una escuela reconocida internacionalmente.



CÁMARA DE COMERCIO DE MADRID

La Cámara de Madrid es un órgano consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas. Representa, promueve y defiende los intereses generales de los agentes económicos de la región, y presta numerosos servicios a las empresas que ejercen su actividad en la Comunidad de Madrid.

Comprende las actividades ejercidas por cuenta propia, en comisión o agencia, en el sector extractivo, industrial, de la construcción, comercial, y de los servicios, singularmente de hostelería, transporte, comunicaciones, ahorro, financieros, seguros, alquileres, espectáculos, juegos, actividades artísticas, así como los relativos a gestoría, intermediación, representación o consignación en el comercio, tasaciones y liquidaciones de todas las clases, y los correspondientes a agencias inmobiliarias, de la propiedad industrial, de valores negociables, de seguridad y de créditos.



EUDE | BUSINESS
SCHOOL

En colaboración con:
U Universidad
Rey Juan Carlos



Nuestras Sedes:

SEDE PRINCIPAL:

C/Arturo Soria, 245 - Edificio EUDE
28033. Madrid, España.
Tel.:(+34) 91 593 15 45
email: informacion@eude.es

OFICINAS EN BOGOTÁ

C/98 # 9A - 41 Oficina 204. Bogotá DC,
Colombia.
Tel.: (+57) 1 704 27 54
email: informacion@eude.es



www.eude.es