Grand Master

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

G M M B A G D C D



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-mba-gestion-direccion-clinicas-dentales**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 26

07 Metodología — pág. 40

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 40

09 Impacto para tu carrera — pág. 52

10 Beneficios para tu empresa — pág. 56

11 Titulación — pág. 60

01

Bienvenida

El aumento de clínicas dentales ha ocasionado que este sea uno de los sectores más competitivos actualmente, por lo que los profesionales deben buscar la diferenciación en su modelo de negocio. Para ello, es imprescindible que los responsables se formen en la gestión y dirección de este tipo de empresas para lograr adquirir los conocimientos más especializados en gestión empr esarial y dirección de equipos, que le garanticen el éxito de su negocio. De esta manera, complementar los estudios en odontología con la cualificación superior a nivel empresarial será indispensable para lograr dirigir de manera exitosa un negocio de este tipo, mejorando la competitividad y adaptando la compañía a los nuevos cambios del sector y la sociedad.



Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales.
TECH Universidad Tecnológica



La especialización en gestión y dirección de clínicas dentales dotará a los profesionales de las competencias necesarias para lograr el éxito de la empresa”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial"

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

"En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los *"case studies"* de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo de los alumnos, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en su desarrollo profesional en este ámbito. Tras la realización del programa, serán capaces de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional, logrando, de esta manera, una mejora a nivel personal y profesional, pero también un cambio positivo en su empresa que le permita destacar en el sector.





El principal objetivo de TECH es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente las clínicas dentales"

Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El **Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales** te capacitará para:

01 Definir las últimas tendencias y novedades en gestión empresarial

02 Construir un plan de desarrollo y mejora de habilidades personales y directivas



03 Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

04 Desarrollar la capacidad de detección, análisis y resolución de problemas

05 Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial

07 Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial



06 Explicar la empresa desde un punto de vista global, así como la responsabilidad que desarrolla cada área de la misma

08 Formular e implementar estrategias de crecimiento que adapten la empresa a los cambios del entorno nacional e internacional

09 Emplear herramientas teóricas, metodológicas y de análisis para gestionar y dirigir de manera óptima sus propios negocios clínico-dentales, diferenciándose eficazmente en un entorno altamente competitivo

10 Incorporar habilidades de estrategia y visión para facilitar la identificación de nuevas oportunidades de negocio

11 Favorecer la adquisición de habilidades personales y profesionales, que impulsen a los alumnos a emprender sus propios proyectos empresariales con mayor seguridad y determinación





12 Saber identificar el talento en compañías internacionales

13 Aplicar herramientas de Marketing que sean de gran utilidad para mejorar la imagen y reputación de la compañía a nivel internacional

14 Conocer en profundidad el régimen jurídico del comercio internacional

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora. Sin duda, será una oportunidad única para desarrollarse en un ámbito que demanda una elevada cualificación por parte de los profesionales que trabajan en él, para quienes es importante continuar con la actualización de sus conocimientos durante toda su carrera.





Desarrolla las competencias necesarias para triunfar en un sector en auge”

01 Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa

02 Hacer parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03 Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04 Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa



05 Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa

06 Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía



07 Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información

08 Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa

09 Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa

10 Jerarquizar el rol de cada uno de los miembros que conforman el equipo dentro de la clínica dental

11 Manejar adecuadamente las estrategias existentes para la incorporación, retribución y atracción del talento del capital humano

12 Aplicar eficazmente las modalidades de contratación para gestionar las nóminas y así conseguir una correcta formalización de la retribución de los miembros del equipo de la clínica dental

13 Definir protocolos de actuación que permitan un correcto desempeño de las tareas en la clínica dental, incorporando herramientas de seguimiento para el control y la evaluación de la aplicación de dichos protocolos

14 Confeccionar encuestas de satisfacción que permitan desarrollar e implementar mejoras que se adapten a las necesidades de los pacientes en la clínica dental



15 Detectar y anticiparse a las nuevas tendencias en gestión del sector clínico-dental

16 Saber gestionar y liderar un equipo de trabajo en el entorno del sector clínico-dental



17 Organizar e implementar la función de compras en una clínica

18 Definir y evaluar procesos de selección de proveedores, abastecimiento y suministro, contribuyendo a asegurar el flujo de materiales necesarios para el correcto funcionamiento de la clínica

19 Controlar los *Stocks* de una manera eficiente, mejorando así la gestión del capital inmovilizado

20 Negociar de una manera inteligente y sencilla para obtener las condiciones más favorables para el correcto desarrollo de la clínica dental

06

Estructura y contenido

El Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales es un programa diseñado a la medida de los alumnos, que se imparte en formato 100% online para que elijan el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 24 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siente las bases para el éxito como directivo y emprendedor.





Un programa único, con un temario muy bien estructurado, para que te especialices a tu ritmo y sin complicaciones"

Plan de estudios

El Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 3.000 horas de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje contextual que podrá aplicar, posteriormente, a su labor diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales trata en profundidad diferentes áreas de la empresa, y está diseñado para que los directivos entiendan la gestión empresarial desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para los alumnos, enfocado en su mejora profesional y que les prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión de clínicas dentales. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 24 meses y se divide en 18 módulos:

Módulo 1	Liderazgo, ética y RSC
Módulo 2	Dirección estratégica y *Management Directivo*
Módulo 3	Dirección de personas y gestión del talento
Módulo 4	Dirección económico-financiera
Módulo 5	Dirección de operaciones y logística
Módulo 6	Dirección de sistemas de información
Módulo 7	Dirección comercial, Marketing y comunicación corporativa
Módulo 8	Innovación y dirección de proyectos
Módulo 9	Pilares de la gestión de clínicas dentales
Módulo 10	Diseño de tu clínica dental
Módulo 11	Introducción al Marketing
Módulo 12	Marketing 2.0
Módulo 13	El valor del capital humano
Módulo 14	Gestión de equipos
Módulo 15	Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental
Módulo 16	Gestión de compras y almacén
Módulo 17	Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales
Módulo 18	Odontología dental



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH le ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la capacitación, podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

1.1. Globalización y gobernanza
1.1.1. Globalización y tendencias: Internacionalización de mercados
1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
1.1.3. *Accountability* o Rendición de Cuentas

1.2. Liderazgo
1.2.1. Entorno intercultural
1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
1.2.3. Roles y responsabilidades directivas

1.3. Ética empresarial
1.3.1. Ética e integridad
1.3.2. Comportamiento ético en las empresas
1.3.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
1.3.4. Prevención del fraude y de la corrupción

1.4. Sostenibilidad
1.4.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
1.4.3. Agenda 2030 y ODS

1.5. Responsabilidad social de la empresa
1.5.1. Responsabilidad Social de las Empresas
1.5.2. Roles y responsabilidades
1.5.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y management directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional
2.1.1. Cultura organizacional
2.1.2. Análisis organizacional
2.1.3. Diseño de la estructura organizacional

2.2. *Estrategia Corporativa*
2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional

2.3. Planificación y formulación estratégica
2.3.1. Pensamiento estratégico
2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa

2.4. Modelos y patrones estratégicos
2.4.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
2.4.2. Estrategia Corporativa: metodologías
2.4.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa

2.5. Dirección estratégica
2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
2.5.2. *Balanced Scorecard*/Cuadro de Mando
2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
2.5.4. Dirección estratégica y *Reporting*

2.6. Implantación y ejecución estratégica
2.6.1. Implantación estratégica: objetivos, acciones e impactos
2.6.2. Supervisión y alineación estratégica
2.6.3. Enfoque de mejora continua

2.7. Management directivo
2.7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
2.7.2. Política de Gestión y Procesos
2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Análisis y resolución de casos/ problemas
2.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
2.8.2. Método del Caso
2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

3.1. Comportamiento organizacional
3.1.1. Teoría de la organizaciónes
3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

3.2. Dirección estratégica de personas
3.2.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
3.2.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
3.2.4. Formación y desarrollo profesional

3.3. Desarrollo directivo y liderazgo
3.3.1. Capacidades directivas: competencias y habilidades del siglo XXI
3.3.2. Habilidades no directivas
3.3.3. Mapa de competencias y habilidades
3.3.4. Liderazgo y dirección de personas

3.4. Gestión del cambio
3.4.1. Análisis del rendimiento
3.4.2. Planteamiento estratégico
3.4.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
3.4.4. Enfoque de mejora continua

3.5. Negociación y gestión de conflictos
3.5.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
3.5.2. Técnicas de negociación efectiva
3.5.3. Conflictos: factores y tipologías
3.5.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación

3.6. Comunicación directiva
3.6.1. Análisis del rendimiento
3.6.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
3.6.3. Gestión de procesos de cambio
3.6.4. Gestión de equipos multiculturale

3.7. Gestión de equipos y desempeño de personas
3.7.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
3.7.2. Gestión de equipos y de personas
3.7.3. *Coaching* y desempeño de personas
3.7.4. Reuniones directivas: planificación y gestión de tiempos

3.8. Gestión del conocimiento y del talento
3.8.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
3.8.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
3.8.3. Creatividad e innovación

Módulo 4. Dirección económico-financiera

4.1. Entorno económico
4.1.1. Teoría de las organizaciones
4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento

4.2. Contabilidad directiva
4.2.1. Marco Internacional de Contabilidad
4.2.2. Introducción al ciclo contable
4.2.3. Estados Contables de las Empresas
4.2.4. Análisis de los Estados Contables: toma de decisiones

4.3. Presupuesto y control de gestión
4.3.1. Planificación Presupuestaria
4.3.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
4.3.3. Supervisión y *Reporting*

4.4. Responsabilidad fiscal de las empresas
4.4.1. Responsabilidad fiscal corporativa
4.4.2. Procedimiento tributario: aproximación a un caso-país

4.5. Sistemas de control de las empresas
4.5.1. Tipologías de Control
4.5.2. Cumplimiento Normativo/Compliance
4.5.3. Auditoría Interna
4.5.4. Auditoría Externa

4.6. Dirección financiera
4.6.1. Introducción a la Dirección Financiera
4.6.2. Dirección Financiera y Estrategia Corporativa
4.6.3. Director financiero o *Chief Financial Officer* (CFO): competencias directivas

4.7. Planificación financiera
4.7.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
4.7.2. Herramientas de análisis financiero
4.7.3. Planificación Financiera a corto plazo
4.7.4. Planificación Financiera a largo plazo

4.8. Estrategia financiera corporativa
4.8.1. Inversiones Financieras Corporativas
4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías

4.9. Contexto macroeconómico
4.9.1. Análisis Macroeconómico
4.9.2. Indicadores de coyuntura
4.9.3. Ciclo económico

4.10. Financiación estratégica
4.10.1. Negocio Bancario: entorno actual
4.10.2. Análisis y gestión del riesgo

4.11. Mercados monetarios y de capitales
4.11.1. Mercado de Renta Fija
4.11.2. Mercado de Renta Variable
4.11.3. Valoración de empresas

4.12. Análisis y resolución de casos/problemas
4.12.1. Metodología de Resolución de Problemas
4.12.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección de las operaciones
5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
5.1.3. Sistemas de indicadores

5.2. Dirección de compras
5.2.1. Gestión de Stocks
5.2.2. Gestión de Almacenes
5.2.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento

5.3. *Supply chain management* (I)
5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.4. *Supply chain management* (II). Ejecución
4.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
4.4.2. Dirección Logística
4.4.3. Compras

5.5. Procesos logísticos
5.5.1. Organización y gestión por procesos
5.5.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
5.5.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
5.5.4. Servicio posventa

5.6. Logística y clientes
5.6.1. Análisis de demanda y previsión
5.6.2. Previsión y planificación de ventas
5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*

5.7. Logística internacional
5.7.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
5.7.2. Formas y medios de pago internacional
5.7.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.8. Competir desde operaciones
5.8.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
5.8.2. Tecnologías y ciencias emergentes
5.8.3. Sistemas de información en las operaciones

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Dirección de sistemas de información
6.1.1. Sistemas de información empresarial
6.1.2. Decisiones estratégicas
6.1.3. Rol del CIO

6.2. Tecnologías de la información y estrategia empresarial
6.2.1. Análisis de empresa y sectores industriales
6.2.2. Modelos de negocio basados en internet
6.2.3. El valor de la IT en la empresa

6.3. Planificación estratégica de SI
6.3.1. El proceso de planificación estratégica
6.3.2. Formulación de la estrategia de SI
6.3.3. Plan de implantación de la estrategia

6.4. Sistemas de información y *Business Intelligence*
6.4.1. CRM y *Business Intelligence*
6.4.2. Gestión de Proye ctos de *Business Intelligence*
6.4.3. Arquitectura de *Business Intelligence*

6.5. Nuevos modelos de negocio basados en las TIC
6.5.1. Modelos de negocio de base tecnológica
6.5.2. Capacidades para innovar
6.5.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

6.6. Comercio electrónico
6.6.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
6.6.3. E-Commerce como oportunidad de Internacionalización

6.7. Estrategias de E-Business
6.7.1. Estrategias en *Social Media*
6.7.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
6.7.3. Regulación digital

6.8. *Digital business*
6.8.1. Mobile e-Commerce
6.8.2. Diseño y Usabilidad
6.8.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Dirección comercial, Marketing y comunicación corporativa

7.1. Dirección comercial
7.1.1. Dirección de ventas
7.1.2. Estrategia comercial
7.1.3. Técnicas de venta y de negociación
7.1.4. Dirección de equipos de ventas

7.2. Gestión Estratégica de Marketing
7.2.1. Fuentes de la innovación
7.2.2. Tendencias actuales en Marketing
7.2.3. Herramientas de Marketing
7.2.4. Estrategia de Marketing y comunicación con los clientes

7. 3. Estrategia de Marketing Digital
7.3.1. Aproximación al Marketing Digital
7.3.2. Herramientas de Marketing Digital
7.3.3. *Inbound* Marketing y evolución del Marketing Digital

7.4. Estrategia de ventas y de comunicación
7.4.1. Posicionamiento y promoción
7.4.2. Relaciones Públicas
7.4.3. Estrategia de ventas y de comunicación

7.5. Comunicación corporativa
7.5.1. Comunicación interna y externa
7.5.2. Departamentos de Comunicación
7.5.3. Directivos de Comunicación (DIRCOM): competencias directivas y responsabilidades

7.6. Estrategia de comunicación corporativa
7.6.1. Estrategia Corporativa de Comunicación
7.6.2. Plan de Comunicación
7.6.3. Redacción de Comunicados de Prensa/ *Clipping/Publicity*

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

8.1. Innovación
8.1.1. Macro Conceptual de la innovación
8.1.2. Tipologías de innovación
8.1.3. Innovación continua y discontinua
8.1.4. Formación e Innovación

8.2. Estrategia de Innovación
8.2.1. Innovación y estrategia corporativa
8.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
8.2.3. Talleres de innovación

8.3. Diseño y validación del modelo de negocio
8.3.1. Metodología *Lean Startup*
8.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
8.3.3. Modalidades de financiación
8.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo canvas y métricas
8.3.5. Crecimiento y fidelización

8.4. Dirección y gestión de proyectos
8.4.1. Oportunidades de innovación
8.4.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
8.4.3. Definición y diseño de los proyectos
8.4.4. Ejecución de los Proyectos
8.4.5. Cierre de Proyectos

Módulo 9. Pilares de la gestión de clínicas dentales

9.1. Introducción a la gestión de clínicas dentales
9.1.1. Concepto de gestión
9.1.2. Finalidad de la gestión

9.2. La visión empresarial de la clínica dental
9.2.1. Definición de empresa: enfoque de la clínica dental como empresa de servicios
9.2.2. Elementos de la empresa aplicados a clínicas dentales

9.3. La figura del directivo
9.3.1. Descripción del puesto directivo en las clínicas dentales
9.3.2. Las funciones del directivo

9.4. Formas de organización empresarial
9.4.1. El propietario
9.4.2. La persona jurídica como titular de una clínica dental

9.5. Conocimiento del sector clínico-dental

9.6. Terminología y conceptos clave de gestión y dirección de empresas

9.7. Modelos de éxito actuales de clínicas dentales

Módulo 10. Diseño de tu clínica dental

10.1. Introducción y objetivos

10.2. Situación actual del sector clínico-dental
10.2.1. Ámbito nacional
10.2.2. Ámbito internacional

10.3. Evolución del sector clínico-dental y sus tendencias
10.3.1. Ámbito nacional
10.3.2. Ámbito internacional

10.4. Análisis de competencia
10.4.1. Análisis de precios
10.4.2. Análisis de diferenciación

10.5. Análisis DAFO

10.6. Cómo diseñar el modelo *Canvas* de tu clínica dental
10.6.1. Segmento de clientes
10.6.2. Necesidades
10.6.3. Soluciones
10.6.4. Canales
10.6.5. Propuesta de valor
10.6.6. Estructura de ingresos
10.6.7. Estructura de costes
10.6.8. Ventajas competitivas
10.6.9. Métricas clave

10.7. Método de validación de tu modelo de negocio: ciclo *Lean Startup*
10.7.1. Caso 1: validación de tu modelo en la etapa de creación
10.7.2. Caso 2: aplicación del método para innovar en tu modelo actual

10.8. La importancia de validar y mejorar el modelo de negocio de tu clínica dental

10.9. ¿Cómo definir la propuesta de valor de nuestra clínica dental?

10.10. Misión, visión y valores
10.10.1. Misión
10.10.2. Visión
10.10.3. Valores

10.11. Definición del paciente objetivo

10.12. Localización óptima de mi clínica
10.12.1. Distribución en planta

10.13. Dimensionamiento óptimo de la plantilla

10.14. Importancia de un modelo de contratación acorde a la estrategia definida

10.15. Claves para definir la política de precios

10.16. Financiación externa vs. Financiación interna

10.17. Análisis de estrategia de un caso de éxito de una clínica dental

Módulo 11. Introducción al Marketing

11.1. Fundamentos principales del Marketing
11.1.1. Variables básicas del Marketing
11.1.2. Evolución del concepto de Marketing
11.1.3. El Marketing como sistema de intercambio

11.2. Nuevas tendencias del Marketing
11.2.1. Evolución y futuro del Marketing

11.3. Inteligencia emocional aplicada al Marketing
11.3.1. Qué es la inteligencia emocional
11.3.2. Cómo aplicar la inteligencia emocional en tu estrategia de Marketing

11.4. El Marketing social y la responsabilidad social corporativa

11.5. Marketing interno
11.5.1. Marketing tradicional (Marketing Mix)
11.5.2. Marketing de recomendación
11.5.3. Marketing de contenidos

11.6. Marketing externo
11.6.1. Marketing operativo
11.6.2. Marketing estratégico
11.6.3. *Inbound* Marketing
11.6.4. *Email* Marketing
11.6.5. Marketing de influencers

11.7. Marketing interno vs. Marketing externo

11.8. Técnicas de fidelización de pacientes
11.8.1. La importancia de la fidelización de pacientes
11.8.2. Herramientas digitales aplicadas a la fidelización de pacientes

Módulo 12. Marketing 2.0

12.1. La importancia del *Branding* para la diferenciación
12.1.1. Identidad visual
12.1.2. Las etapas del *Branding*
12.1.3. *Branding* como estrategia de diferenciación
12.1.4. Arquetipos de *Junk* para dar personalidad a tu marca

12.2. La web y el blog corporativo de la clínica dental
12.2.1. Claves de una web efectiva y funcional
12.2.2. Elección del tono de voz de los canales de comunicación
12.2.3. Ventajas de tener un blog corporativo

12.3. Uso efectivo de las redes sociales
12.3.1. La importancia de la estrategia en redes sociales
12.3.2. Herramientas de automatización para las redes sociales

12.4. Uso de la mensajería instantánea
12.4.1. Importancia de una comunicación directa con tus pacientes
12.4.2. Canal para promociones personalizadas o mensajes masivos

12.5. Importancia de la narrativa transmedia en la comunicación 2.0

12.6. ¿Cómo crear bases de datos a través de la comunicación?

12.7. Google Analytics para medir el impacto de tu comunicación 2.0

12.8. Análisis de la situación
12.8.1. Análisis de la situación externa
12.8.2. Análisis de la situación interna

12.9. Determinación de objetivos
12.9.1. Puntos clave en el establecimiento de objetivos

12.10. Elección de estrategias
12.10.1. Tipos de estrategias

12.11. Plan de acción

12.12. Presupuestos
12.12.1. Asignación presupuestaria
12.12.2. Previsión de resultados

12.13. Métodos de control y seguimiento

Módulo 13. El valor del capital humano

13.1. Introducción a la gestión de los recursos humanos

13.2. Cultura de empresa y clima laboral

13.3. El equipo

13.3.1. El equipo odontólogo
13.3.2. El equipo auxiliar
13.3.3. Administración y dirección

13.4. Organigrama en nuestra clínica dental

13.4.1. Organigrama de la clínica: jerarquía
13.4.2. Descripción de los departamentos del organigrama
13.4.3. Descripción de los puestos de cada departamento
13.4.4. Asignación de tareas de cada puesto
13.4.5. Coordinación de los departamentos

13.5. Introducción a la gestión laboral y de recursos humanos

13.6. Estrategias para la incorporación de capital humano

13.6.1. Estrategia de selección del personal
13.6.2. Estrategia de contratación

13.7. Políticas de retribución

13.7.1. Retribución fija
13.7.2. Retribución variable

13.8. Estrategia de retención del talento

13.8.1. ¿Qué es la retención del talento?
13.8.2. Ventajas de retener el talento en una clínica dental
13.8.3. Formas de retener el talento

13.9. Estrategia de gestión de las ausencias

13.9.1. La importancia de la planificación para la gestión de ausencias
13.9.2. Formas de gestionar las ausencias en una clínica dental

13.10. La relación laboral

13.10.1. El contrato de trabajo
13.10.2. Tiempo de trabajo

13.11. Modalidades de contratación

13.11.1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
13.11.2. Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
13.11.3. Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo

13.12. Gestión de nóminas

13.12.1. Gestoría: el aliado inteligente del odontólogo
13.12.2. Cotización a la seguridad social
13.12.3. Retención del IRPF

13.13. Normativa legal

13.13.1. El sistema de la seguridad social
13.13.2. Regímenes de la seguridad social
13.13.3. Altas y bajas

Módulo 14. Gestión de equipos

14.1. ¿Qué es el liderazgo personal?

14.2. La importancia de aplicar la regla del 33%

14.3. Ventajas de implantar una cultura de liderazgo en la clínica dental

14.4. ¿Qué tipo de liderazgo es mejor para dirigir tu clínica dental?

14.4.1. Liderazgo autocrático
14.4.2. Liderazgo por objetivos
14.4.3. Liderazgo por valores

14.5. Habilidades de liderazgo personales

14.5.1. Pensamiento estratégico
14.5.2. La importancia de la visión del líder
14.5.3. ¿Cómo desarrollo una actitud autocrítica saludable?

14.6. Habilidades de liderazgo interpersonales

14.6.1. La comunicación asertiva
14.6.2. La capacidad de delegar
14.6.3. Dar y recibir *Feedback*

14.7. Inteligencia emocional aplicada a la resolución de conflictos

14.7.1. Identificar las emociones básicas de actuar
14.7.2. La importancia de la escucha activa
14.7.3. La empatía como habilidad personal clave
14.7.4. ¿Cómo identificar un secuestro emocional?
14.7.5. ¿Cómo alcanzar acuerdos "win-win"?

14.8. Los beneficios de la técnica de las constelaciones organizacionales

14.9. Técnicas de motivación para retener el talento

14.9.1. El reconocimiento
14.9.2. Asignación de responsabilidades
14.9.3. Promoción de la salud laboral
14.9.4. Ofrecer incentivos

14.10. La importancia de la evaluación de desempeño

Módulo 15. Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental

15.1. Calidad aplicada a los tratamientos ofertados

15.1.1. Definición de calidad en odontología
15.1.2. Estandarización de procesos en la clínica dental

15.2. Principios de gestión de la calidad

15.2.1. ¿Qué es un sistema de gestión de la calidad?
15.2.2. Beneficios para la organización

15.3. Calidad en el desempeño de tareas

15.3.1. Protocolos: definición
15.3.2. Protocolos: objetivos de su aplicación
15.3.3. Protocolos: beneficios de su aplicación
15.3.4. Ejemplo práctico: protocolo de las visitas

15.4. Herramientas de seguimiento y revisión de los protocolos

15.5. La mejora continua en las clínicas dentales

15.5.1. ¿Qué es la mejora continua?
15.5.2. Fase 1: consultoría
15.5.3. Fase 2: aprendizaje
15.5.4. Fase 3: seguimiento

15.6. Calidad en la satisfacción del paciente

15.6.1. Encuestas de satisfacción
15.6.2. Aplicación de la encuesta de satisfacción
15.6.3. Informes de mejora

15.7. Casos prácticos de calidad en la clínica dental

15.7.1. Caso práctico 1: protocolo de gestión de urgencias
15.7.2. Caso práctico 2: elaboración de encuesta de satisfacción

15.8. Gestión de la seguridad y salud en el trabajo de una clínica dental

15.8.1. Importancia de definir las tareas principales en la clínica dental
15.8.2. Técnica de productividad "una tarea, un solo responsable"
15.8.3. Gestores de tareas digitales

15.9. Estandarización del tiempo en los tratamientos odontológicos
- 15.9.1. La importancia de recoger datos de tiempo
- 15.9.2. ¿Cómo documentar la estandarización de tiempos?

15.10. Metodología de la investigación para optimizar procesos de calidad

15.11. Descripción del modelo de gestión de calidad para servicios odontológicos

15.12. La auditoría sanitaria: fases

Módulo 16. Gestión de compras y almacén

16.1. La importancia de una correcta planificación de compras

16.2. Responsabilidades de la función de compras en una clínica dental

16.3. La gestión eficiente de nuestro almacén
- 16.3.1. Costes de almacenaje
- 16.3.2. Inventario de seguridad
- 16.3.3. Registro de entradas y salidas de material

16.4. Etapas del proceso de compras
- 16.4.1. Búsqueda de información y planteamiento de alternativas
- 16.4.2. Evaluación y toma de decisión
- 16.4.3. Seguimiento y monitorización

16.5. Formas de ejecutar las cuentas y gestión de cuentas
- 16.5.1. Ajustando el tipo de pedido a nuestras necesidades
- 16.5.2. Gestión de riesgos

16.6. Relación con el proveedor
- 16.6.1. Tipos de relaciones
- 16.6.2. Política de pagos

16.7. La negociación en las compras
- 16.7.1. Conocimientos y habilidades necesarios
- 16.7.2. Etapas del proceso de negociación
- 16.7.3. Consejos para negociar con éxito

16.8. La calidad en las compras
- 16.8.1. Beneficios para el conjunto de la clínica
- 16.8.2. Parámetros de medida

16.9. Indicadores de eficiencia

16.10. Nuevas tendencias en la gestión de compras

Módulo 17. Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales

17.1. Principios básicos de economía

17.2. El balance
- 17.2.1. Composición del balance
- 17.2.2. Activo
- 17.2.3. Pasivo
- 17.2.4. Patrimonio neto
- 17.2.5. Interpretación del balance

17.3. La cuenta de resultados
- 17.3.1. Composición de la cuenta de resultados
- 17.3.2. Interpretación de la cuenta de resultados

17.4. Introducción a la contabilidad de costes

17.5. Beneficios de su aplicación

17.6. Costes fijos en la clínica dental
- 17.6.1. Definición de costes fijos
- 17.6.2. Costes fijos de una clínica dental tipo
- 17.6.3. Coste/hora del profesional

17.7. Costes variables en la clínica dental
- 17.7.1. Definición de costes variables
- 17.7.2. Costes variables de una clínica dental tipo

17.8. Coste/hora de una clínica dental

17.9. El escandallo de tratamientos

17.10. Beneficio del tratamiento

17.11. Estrategia de *Pricing*

17.12. Introducción al análisis financier

17.13. Las facturas y otros documentos de pago
17.13.1. La factura: significado y contenido mínimo
17.13.2. Otros documentos de pago

17.14. Gestión de cobros y pagos
17.14.1. Organización administrativa
17.14.2. La gestión de cobros y pagos
17.14.3. El presupuesto de tesorería
17.14.4. Análisis ABC de pacientes
17.14.5. Los impagados

17.15. Modalidades de financiación externa
17.15.1. Financiación bancaria
17.15.2. Leasing (arrendamiento financiero)
17.15.3. Diferencias entre Leasing y Renting
17.15.4. Descuento de efectos comerciales

17.16. Análisis de liquidez de tu clínica

17.17. Análisis de rentabilidad de tu clínica

17.18. Análisis de endeudamiento

18.1. Conceptos básicos
18.1.1. Definición y objetivos
18.1.2. Ámbito de aplicación
18.1.3. Acto clínico
18.1.4. El dentista

18.2. Principios generales
18.2.1. Principio de igualdad de los pacientes
18.2.2. Prioridad de los intereses del paciente
18.2.3. Deberes vocacionales del dentista

18.3. La atención del paciente
18.3.1. Trato con el paciente
18.3.2. El paciente menor de edad
18.3.3. Libertad de elección del facultativo
18.3.4. Libertad de aceptación y rechazo de pacientes

18.4. La historia clínica

18.5. Información al paciente
18.5.1. Derecho del paciente a la información clínica
18.5.2. Consentimiento informado
18.5.3. Informes clínicos

18.6. El secreto profesional
18.6.1. Concepto y contenido
18.6.2. Extensión de la obligación
18.6.3. Excepciones al mantenimiento del secreto profesional
18.6.4. Archivos informáticos

18.7. Publicidad
18.7.1. Requisitos básicos de la publicidad profesional
18.7.2. Mención de títulos
18.7.3. Publicidad profesional
18.7.4. Actuaciones con posible efecto publicitario

Una experiencia única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo”

07

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH Business School empleamos el Método del Caso de Harvard

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo"



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de la Escuela de Negocios de TECH Universidad Tecnológica te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, TECH utiliza los *case studies* de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

> *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los *case studies* de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

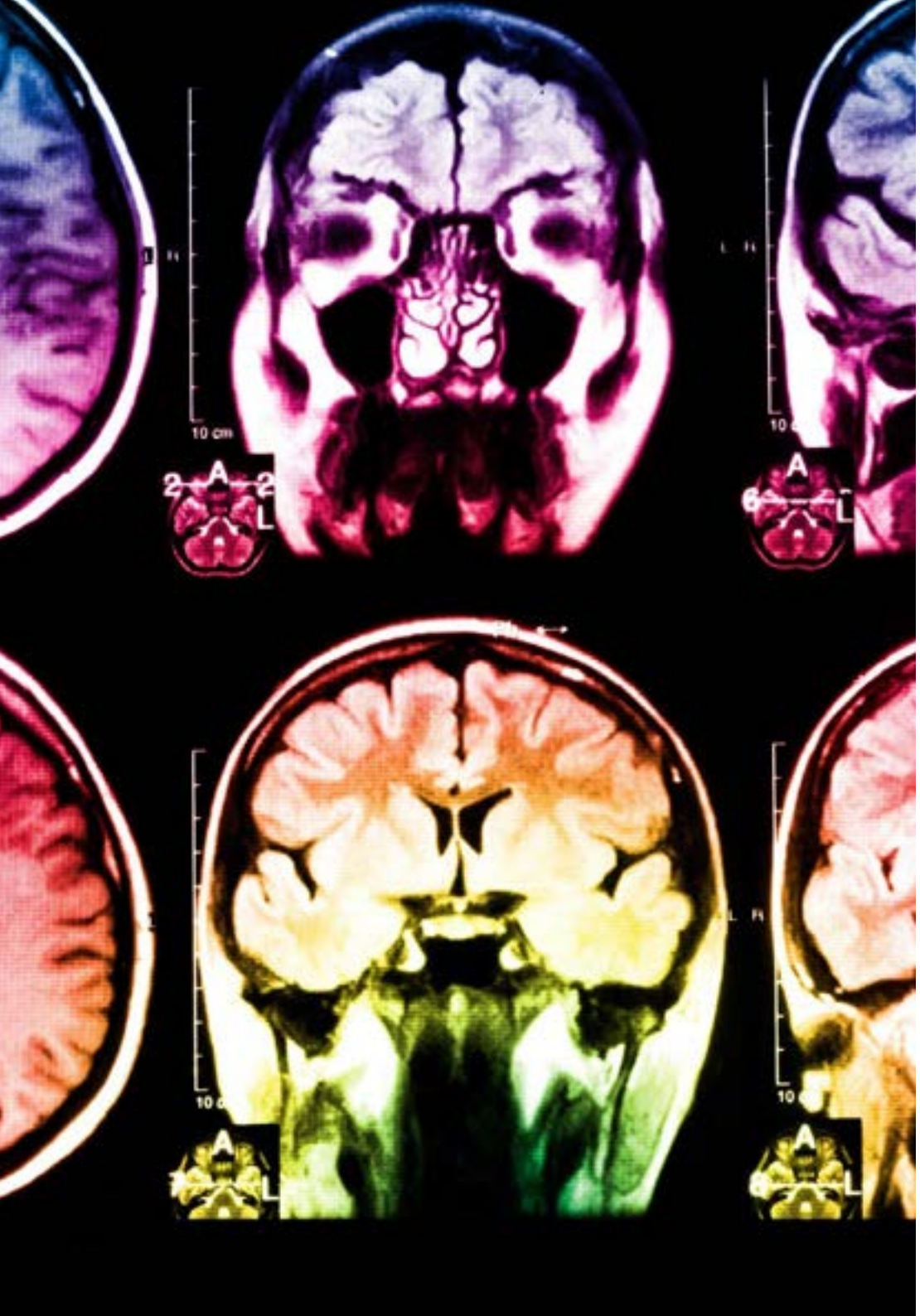
Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

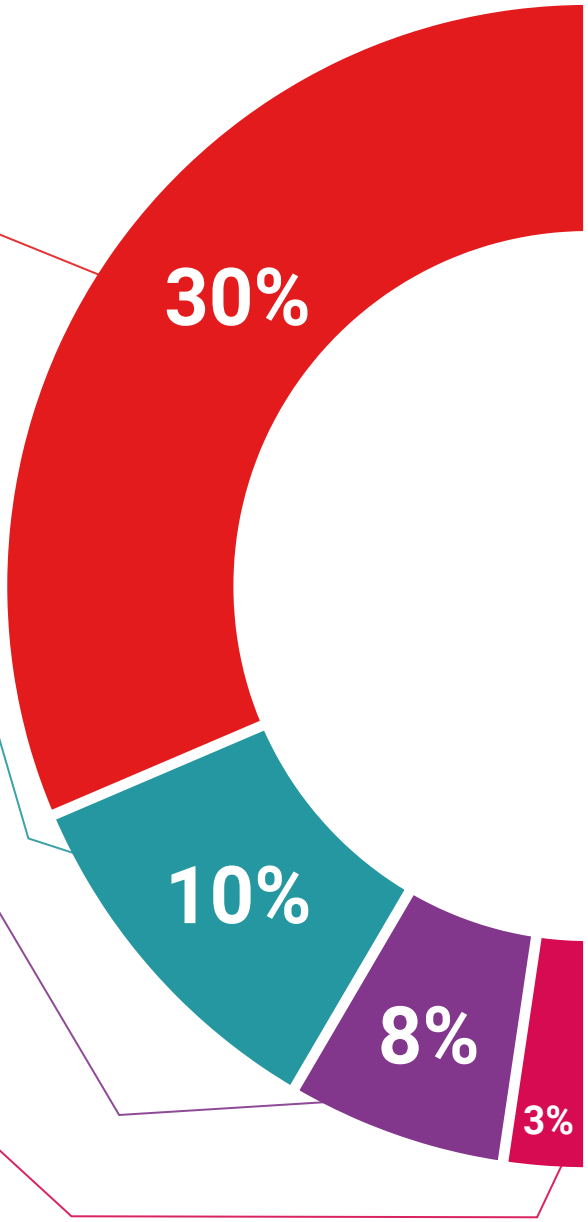
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

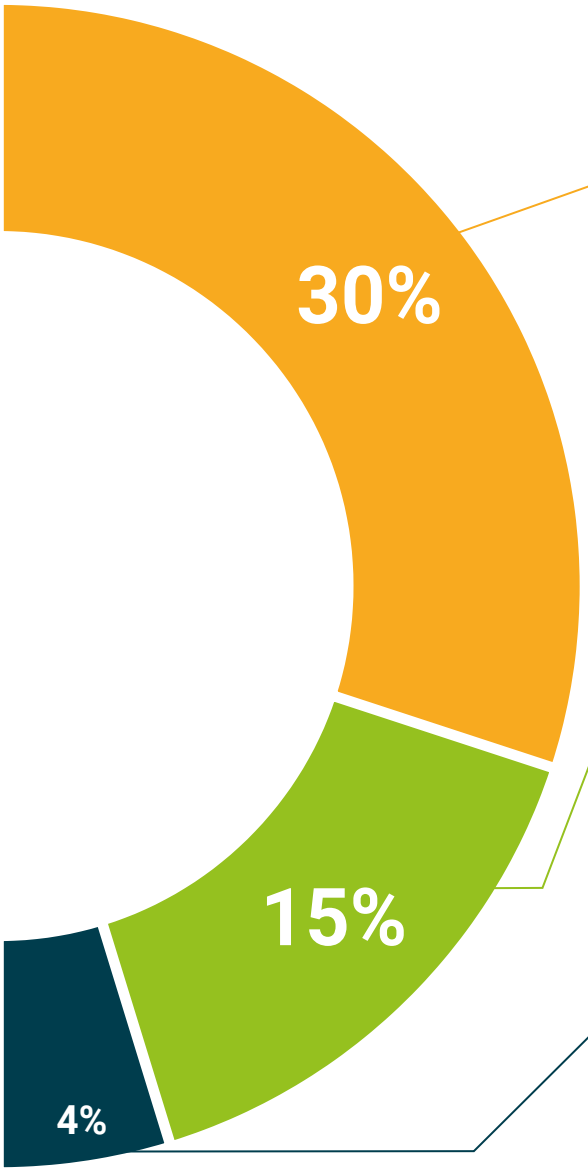
Prácticas de habilidades directivas

Realizarás actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... en nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores business cases que se emplean en la Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.

Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo de capacitación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

08

Perfil de nuestros alumnos

El Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales es un programa dirigido a profesionales con amplia experiencia, que quieran actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades, conforman el enfoque multidisciplinar de este programa, lo que supone un plus de calidad en estos tiempos, donde la internacionalización marca el camino a seguir de todos los sectores.



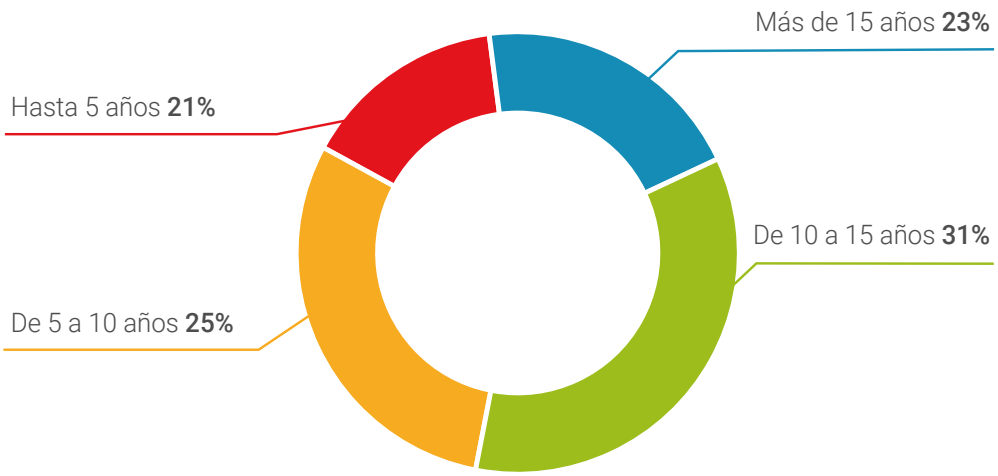


Un programa dirigido a profesionales con experiencia en el sector, que deseen aumentar su capacitación y mejorar en su práctica diaria"

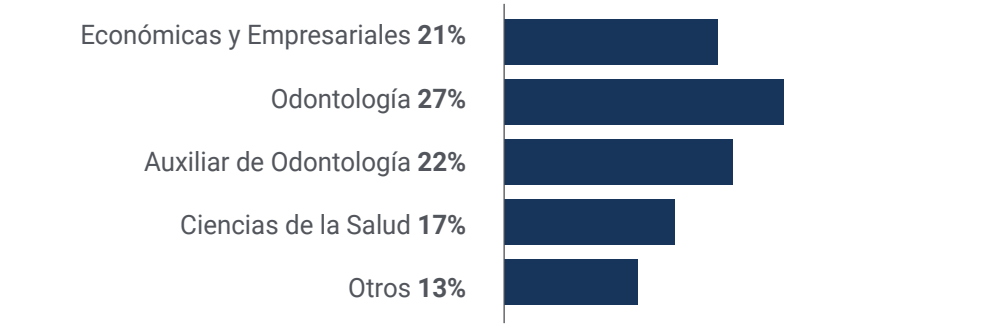
Edad media

Entre **35** y **45** años

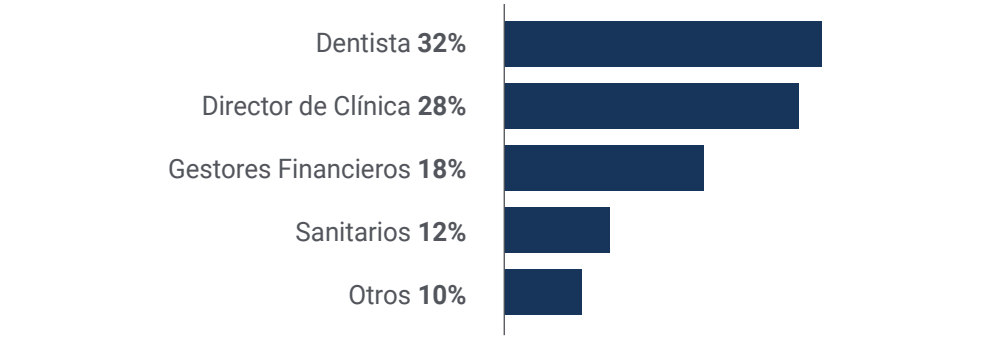
Años de experiencia



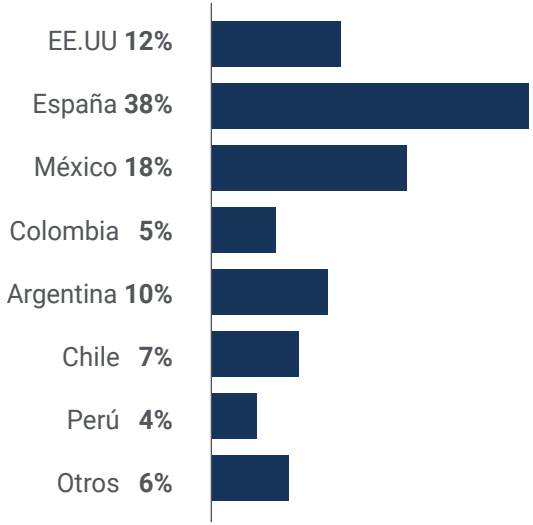
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Elena Jiménez

Directora de una clínica dental

"El Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales me ha dado la oportunidad de especializarme en este apasionante campo, compaginándolo con el resto de mis obligaciones diarias. Este ha sido el paso que necesitaba para dar un impulso a mi carrera y, gracias a ello, hoy dirijo mi propia clínica dental"

09

Impacto para tu carrera

TECH Universidad Tecnológica es consciente de que cursar un programa de estas características supone para los alumnos una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, por ello, pone todos sus esfuerzos y herramientas a disposición de sus alumnos para que adquieran las habilidades y destrezas necesarias que les permitan lograr ese cambio.





TECH te ayudará a generar un cambio positivo en tu profesión”

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El **Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales** de **TECH Universidad Tecnológica** es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

Por ello, quienes deseen superarse a sí mismos, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, encontrarán su sitio en **TECH**.

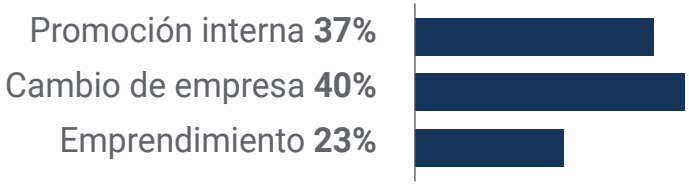
Un programa único para mejorar tu capacitación en este campo.

Logra el ascenso que deseas mejorando tu competitividad con la realización de este programa.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

10

Beneficios para tu empresa

El Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentado la capacitación de los alumnos y mejorando sus habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Aporta a la empresa una nueva visión de negocio”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El directivo podrá trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I + D o de Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Grand Master dotará a los alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Grand Master en MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites"

Este **Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales**

N.º Horas Oficiales: **3.000 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

GRAND MASTER

en

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 3.000 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Grand Master en MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Liderazgo, ética y RSC	200	OB
1º	Dirección estratégica y management directivo	200	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	200	OB
1º	Dirección económico-financiera	200	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	200	OB
1º	Dirección de sistemas de información	200	OB
1º	Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa	200	OB
1º	Innovación y dirección de proyectos	200	OB
1º	Pilares de la gestión de clínicas dentales	200	OB
2º	Diseño de tu clínica dental	200	OB
2º	Introducción al marketing	200	OB
2º	Marketing 2.0	150	OB
2º	El valor del capital humano	150	OB
2º	Gestión de equipos	125	OB
2º	Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental	125	OB
2º	Gestión de compras y almacén	125	OB
2º	Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales	125	OB
2º	Odontología dental	125	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Grand Master
MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales



tech universidad tecnológica