Grand Master

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Grand Master
MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Modalidad: **Online**
Duración: **2 años**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **3.000 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/odontologia/grand-master/grand-master-mba-gestion-direccion-clinicas-dentales**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Dirección del curso — pág. 18

05 Estructura y contenido — pág. 22

06 Metodología — pág. 38

07 Titulación — pág. 46

01

Presentación

Lograr que un negocio se convierta en un éxito, independientemente del sector al que pertenezca, es todo un reto. En el campo de la odontología, la competencia cada día es mayor, por eso, es imprescindible fortalecer la gestión empresarial. Con este programa queremos ofrecerte la oportunidad de capacitarte en todas las áreas vinculadas con la gestión de las clínicas dentales: recursos humanos, Marketing, calidad, gestión del tiempo, planificación y estrategia, contabilidad y costes, etc., con el fin de que garantices la continuidad de tu empresa.





Los odontólogos que deseen abrir sus propias clínicas dentales deben contar con unos amplios conocimientos en gestión empresarial, con el fin de lograr el éxito de sus negocios”

El creciente número de odontólogos ha supuesto la aparición de numerosas clínicas dentales, lo que ha provocado que el sector clínico-dental se sitúe como uno de los mercados más competitivos que existe actualmente. En este contexto, es fundamental que los profesionales de este campo actualicen su información en la dirección y gestión de este tipo de negocios, debiendo volcarse en el aprendizaje de los conocimientos de gestión empresarial y dirección de equipos que le garanticen el éxito de su empresa.

Y es que, al finalizar sus estudios universitarios, los odontólogos han adquirido las habilidades y competencias necesarias para diagnosticar y tratar diferentes patologías bucodentales, así como para asesorar a sus clientes en una adecuada salud bucal. Sin embargo, los estudios sobre gestión empresarial están muy limitados en las facultades de odontología.

Por ello, TECH ha diseñado este Grand Máster que en el que se une lo mejor de un MBA con la información más actualizada y relevante del sector. De esta manera los profesionales abarcarán un nuevo tipo de aptitudes que les llevará al éxito empresarial de sus clínicas dentales.

A lo largo de esta titulación, el profesional recorrerá todos los planteamientos actuales en los diferentes retos que su profesión plantea. Un paso de alto nivel que se convertirá en un proceso de mejora, no solo profesional, sino personal. Además, al tratarse de un programa 100% online, es el propio alumno el que decide dónde y cuándo estudiar. Sin obligaciones de horarios fijos ni de traslados al aula, lo que facilita la conciliación con la vida familiar y laboral.

Este **Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- La última tecnología en software de enseñanza online
- El sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- Los sistemas de vídeo interactivo de última generación
- La enseñanza apoyada en la telepráctica
- Los sistemas de actualización y reciclaje permanente
- El aprendizaje autorregulable que te permite una total compatibilidad con otras ocupaciones
- Los ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- Los grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- La comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- Los bancos de documentación complementaria disponibles permanentemente, incluso después de realizar la capacitación

Una especialización de alto nivel científico, apoyada en un avanzado desarrollo tecnológico y en la experiencia docente de los mejores profesionales"

Una especialización creada para profesionales que aspiran a la excelencia y que te permitirá adquirir nuevas competencias y estrategias de manera fluida y eficaz"

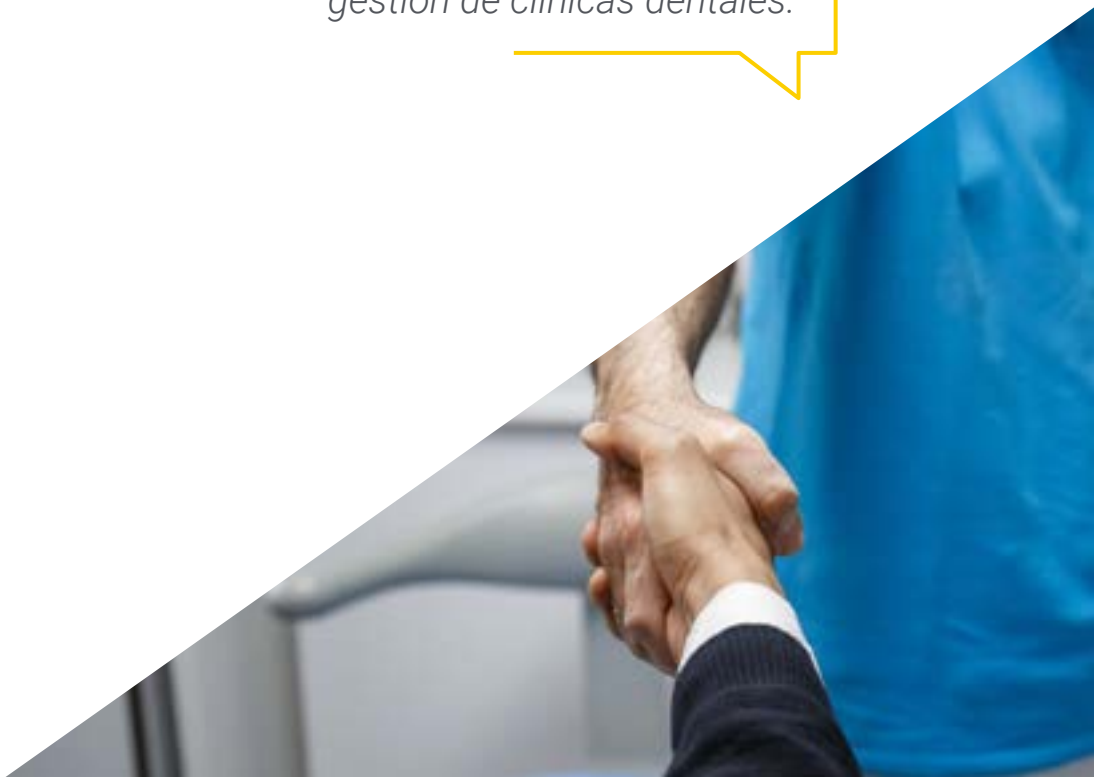
El personal docente está integrado por profesionales en activo. De esta manera, TECH se asegura de ofrecerle el objetivo de actualización educativa que pretende. Un cuadro multidisciplinar de profesionales capacitados y experimentados en diferentes entornos, que desarrollarán los conocimientos teóricos de manera eficiente, pero, sobre todo, pondrán al servicio de la especialización los conocimientos prácticos derivados de su propia experiencia.

Este dominio de la materia se complementa con la eficacia del diseño metodológico de este Grand Master. Elaborado por un equipo multidisciplinario de expertos en *e-learning*, integra los últimos avances en tecnología educativa. Así, el estudiante podrá estudiar con un elenco de herramientas multimedia cómodas y versátiles que le darán la operatividad que necesita en su especialización.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, un planteamiento que concibe el aprendizaje como un proceso eminentemente práctico. Para conseguirlo de forma remota, usaremos la telepráctica. Con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo y el *learning from an expert*, el estudiante podrá adquirir los conocimientos como si estuviese enfrentándose al supuesto que está aprendiendo en ese momento. Un concepto que le permitirá integrar y fijar el aprendizaje de una manera más realista y permanente.

Aumenta tus capacidades en gestión y dirección de clínicas dentales y da una mayor visibilidad a tu proyecto empresarial a la vez que ofreces una atención de calidad.

Te ofrecemos la mejor especialización del momento para que realices un estudio profundo sobre la dirección y gestión de clínicas dentales.



02

Objetivos

El objetivo es capacitar profesionales altamente cualificados para la experiencia laboral. Un objetivo que se complementa, además, de manera global, con el impulso de un desarrollo humano que siente las bases de una sociedad mejor. Este objetivo se materializa en conseguir ayudar a los profesionales a acceder a un nivel de competencia y control mucho mayor. Una meta que el estudiante podrá dar por adquirida, con una especialización de alta intensidad y precisión.





Si tu objetivo es mejorar en tu profesión, adquirir una cualificación que te habilite para competir entre los mejores, no busques más: Bienvenido a TECH"

Objetivos generales

- Definir las últimas tendencias y novedades en gestión empresarial
- Construir un plan de desarrollo y mejora de habilidades personales y directivas
- Elaborar diferentes estrategias para llevar a cabo de manera eficiente la toma de decisiones en entornos inestables y complejos
- Desarrollar la capacidad de detección, análisis y resolución de problemas
- Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- Explicar la empresa desde un punto de vista global, así como la responsabilidad que desarrolla cada área de la misma
- Formular e implementar estrategias de crecimiento que adapten la empresa a los cambios del entorno nacional e internacional
- 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
- Incorporar habilidades de estrategia y visión para facilitar la identificación de nuevas oportunidades de negocio
- Favorecer la adquisición de habilidades personales y profesionales, que impulsen a los alumnos a emprender sus propios proyectos empresariales con mayor seguridad y determinación, tanto en el caso de iniciar la creación de su negocio clínico-dental, como en el de innovar en el modelo de gestión y dirección del negocio clínico-dental que ya tengan actualmente
- Profesionalizar el sector clínico-dental, mediante la capacitación continuada y específica en el sector de la gestión y dirección empresarial





Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

- Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección
- Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management* directivo

- Seguir los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio
- Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial
- Entender cuál es la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa
- Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa
- Realizar un plan organizacional que permita identificar los movimientos económicos que se han de ejercer para el crecimiento de la empresa

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas
- Diseñar un plan logístico que permita identificar el debido proceso de la empresa y su posicionamiento dentro del sector

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- Ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa
- Adquirir conocimientos sobre los beneficios de las nuevas tecnologías en la creación de las empresas

Módulo 7. Dirección comercial, Marketing y comunicación corporativa

- Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer nuestro producto a nuestros clientes potenciales y generar una imagen adecuada de nuestra empresa

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

- Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento
- Crear estrategias innovadoras acordes con nuestros proyectos

Módulo 9. Pilares de la gestión de Clínicas Dentales

- Describir la situación actual y tendencias futuras de los modelos de gestión y dirección de negocio clínico-dental, tanto a nivel nacional como internacional para ser capaz de definir objetivos y estrategias diferenciadoras y de éxito
- Familiarizar con la terminología y conceptos específicos del ámbito de la gestión y dirección empresarial para su aplicación eficaz en negocios clínico-dentales
- Descubrir y analizar los puntos claves de casos de éxito de modelo de negocio de clínicas dentales referentes en el sector, para así incrementar la motivación, inspiración y mentalidad estratégica de los futuros directivos

Módulo 10. Diseño de tu Clínica Dental

- Aprender a identificar y describir eficazmente la propuesta de valor del negocio de la clínica dental, como base sólida para establecer una estrategia posterior de marketing y ventas
- Aprender el método de validación para la creación e innovación de modelos de negocios más utilizado en todos los sectores empresariales, con aplicación práctica y específica en el sector clínico-dental

Módulo 11. Introducción al Marketing

- Describir el lenguaje, los conceptos, las herramientas y la lógica del marketing como actividad empresarial clave para el crecimiento y posicionamiento del negocio clínico-dental

Módulo 12. Marketing 2.0

- Profundizar en las herramientas de comunicación digital imprescindibles de dominar en esta era 2.0, para hacer llegar a través de los canales más adecuados la propuesta de valor de la clínica dental a los pacientes objetivos
- Diseñar campañas de marketing y comunicación orientadas a objetivos concretos, siendo capaz de medir el impacto de estas a través de métricas fáciles de interpretar

Módulo 13. El valor del capital humano

- Adquirir habilidades directivas basadas en el liderazgo que faciliten una comunicación eficaz con el equipo, favoreciendo la creación de un entorno de trabajo saludable y enfocado a objetivos comunes y obtención de resultados

- Aprender los conceptos fundamentales de la gestión de recursos humanos para liderar procesos de contratación y proteger el talento del equipo que forma a la clínica dental
- Aprender a asignar tareas según la definición de roles, propiciando de este modo un clima laboral saludable, equilibrado y productivo

Módulo 14. Gestión de equipos

- Desarrollar un método eficaz para la gestión de equipos, toma de decisiones y resolución de conflictos con base en el modelo de inteligencia emocional y las técnicas del coaching organizacional
- Reflexionar sobre las características del líder en las organizaciones y potenciar las competencias directivas para un liderazgo de éxito aplicando las últimas técnicas del coaching y la inteligencia emocional

Módulo 15. Calidad y gestión del tiempo en la Clínica Dental

- Diseñar procedimientos de trabajo enfocados en un modelo de productividad y calidad de la clínica dental, basados en la filosofía de la mejora continua
- Emplear herramientas digitales que facilitan la planificación y gestión eficaz de las tareas de la clínica dental, suponiendo un ahorro significativo de costes a corto plazo

Módulo 16. Gestión de compras y almacén

- Aplicar herramientas y procedimientos de trabajo imprescindibles para una gestión de compras y almacén de recursos óptima, mediante la cual se evite un flujo de gasto improductivo
- Desarrollar habilidades de negociación con las que poder hacer frente a la gestión de proveedores, clientes y del equipo de trabajo enfocado a resultados Win-Win

Módulo 17. Costes y finanzas aplicados a Clínicas Dentales

- Dominar las principales herramientas del ámbito financiero para facilitar una toma de decisiones clave basada en datos objetivos
- Adquirir conocimientos importantes sobre análisis de costes para comprender cómo es el estado actual de tu empresa en términos de rentabilidad y ser capaz de definir escenarios futuros

Módulo 18. Odontología dental

- Explicar los principales deberes y obligaciones morales vinculadas al desarrollo del profesional de la odontología en el ámbito empresarial, poniendo el foco principal en el trato con el paciente

Educación de calidad para alumnos excelentes. En TECH Universidad Tecnológica tenemos la ecuación perfecta para una capacitación de alto nivel”

03

Competencias

Una vez estudiados todos los contenidos y alcanzados los objetivos del Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales, el profesional tendrá una superior competencia y desempeño en esta área. Un planteamiento completísimo, en una especialización de alto nivel, que marca la diferencia.

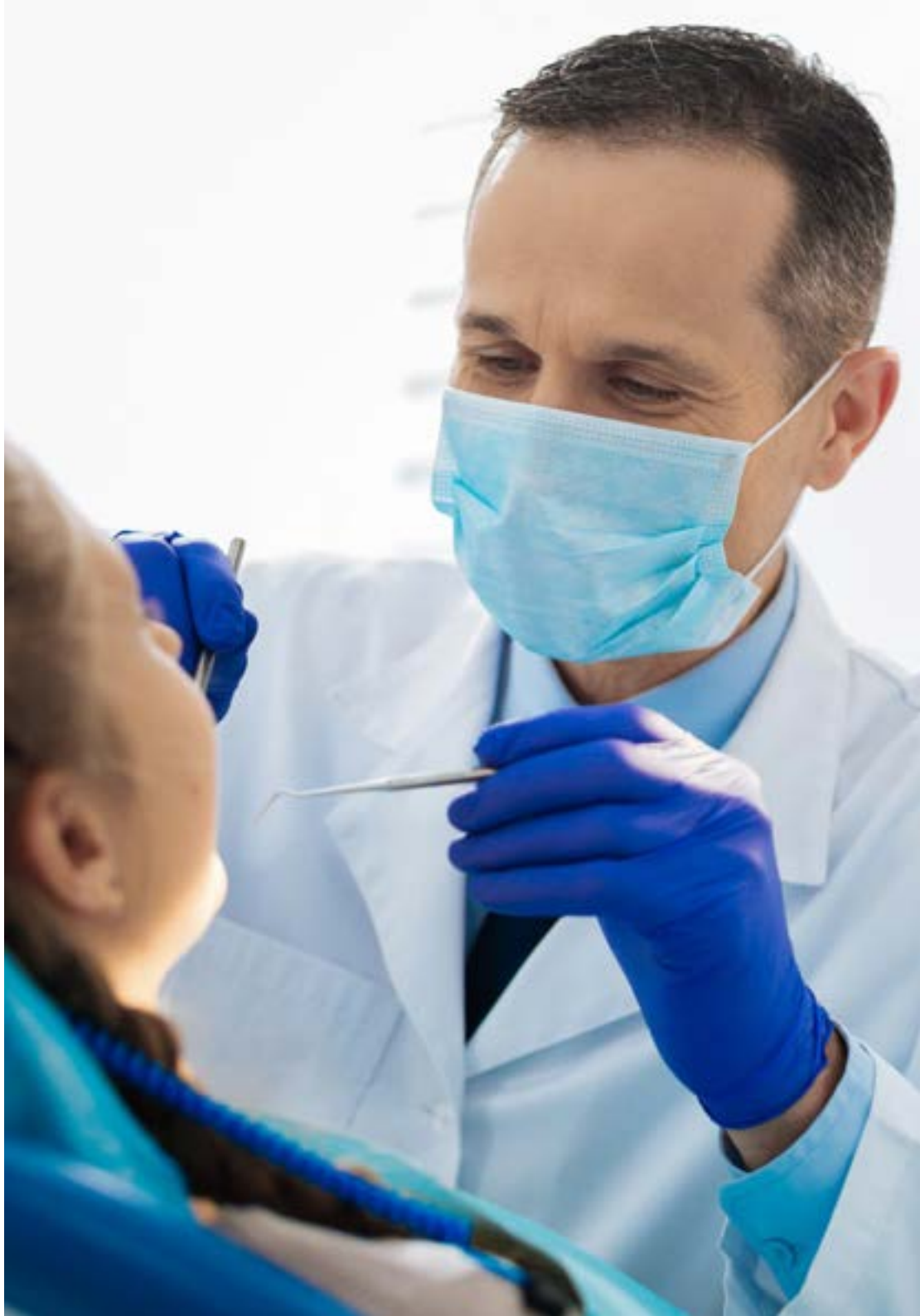




Acceder a la excelencia en cualquier profesión requiere esfuerzo y constancia. Pero, sobre todo, el apoyo de profesionales que te aporten el impulso que te hace falta, con los medios y el soporte necesarios. En TECH ponemos a tu servicio todo lo que necesitas"

Competencias generales

- Dominar e interpretar conocimientos que ofrezcan al alumno la oportunidad de ser originales en el desarrollo del modelo de negocio
- Aplicar técnicas, estrategias y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares relacionados con su el sector clínico-dental
- Realizar análisis y síntesis, mediante las cuales mejoren sus habilidades de toma de decisión dentro del ámbito de la gestión empresarial
- Comunicar sus conclusiones de un modo claro y sin ambigüedades



Competencias específicas

- Jerarquizar el rol de cada uno de los miembros que conforman el equipo dentro de la clínica dental
- Manejar adecuadamente las estrategias existentes para la incorporación, retribución y atracción del talento del capital humano
- 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 nuestra clínica dental
- 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
- Confeccionar encuestas de satisfacción que permitan desarrollar e implementar mejoras que se adapten a las necesidades de los pacientes en la clínica dental
- Identificar los tipos de costes que se presentan en una clínica dental para calcular el coste/ hora de la misma y establecer el pricing adecuado
- Calcular las principales ratios de viabilidad de un proyecto de creación de una clínica dental
- Detectar y anticiparse a las nuevas tendencias en gestión del sector clínico-dental
- Saber desarrollar la mejor estrategia de negocio en función de los objetivos a alcanzar
- Saber gestionar y liderar un equipo de trabajo en el entorno del sector clínico-dental
- Organizar e implementar la función de compras en una clínica
- 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
- Controlar los stocks de una manera eficiente, mejorando así la gestión del capital inmovilizado
- Negociar de una manera inteligente y sencilla para obtener las condiciones más favorables para el correcto desarrollo de la clínica dental
- Desarrollar la profesión odontológica desde unas bases éticas y morales

Nuestro objetivo es muy sencillo: ofrecerte una especialización de calidad, con el mejor sistema docente del momento, para que puedas alcanzar la excelencia en tu profesión”

04

Dirección del curso

Dentro del concepto de calidad total de esta universidad, TECH tiene el orgullo de poner a disposición del estudiante un cuadro docente de altísimo nivel, elegido por su contrastada experiencia en el ámbito educativo. Profesionales de diferentes áreas y competencias que componen un elenco multidisciplinar completo. Una oportunidad única de aprender de los mejores.





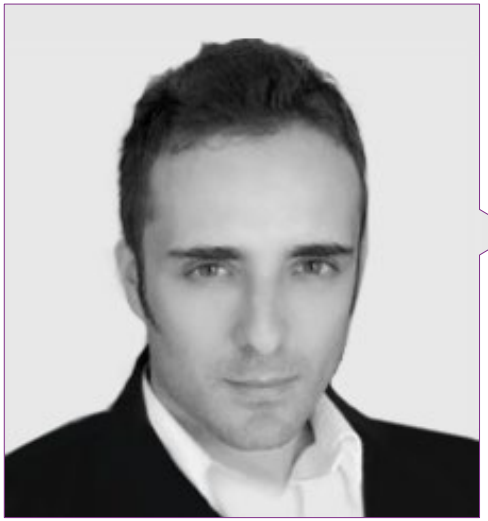
Nuestros profesores pondrán a tu disposición su experiencia y su capacidad docente para ofrecerte un proceso de especialización estimulante y creativo”

Dirección



Dr. Gil, Andrés

- Director-Gerente en Clínica Pilar Roig Odontología
- Co-fundador y CEO en MedicalDays
- Máster en Gestión y Dirección (Michigan State University)
- Diploma de Dirección Odontológica y Gestión Clínica (DentalDoctors Institute)
- Diploma de Contabilidad de Costes (Cámara de Comercio de Valencia)
- Curso de Contabilidad. Centro de Estudios Financieros
- Curso de Liderazgo y Dirección de Equipos. César Piqueras
- Ingeniero Agrónomo. Universidad Politécnica de Valencia



Dr. Guillot, Jaime

- Cofundador y Director de Estrategia de Hikaru VR Agency
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Universidad Politécnica de Valencia
- Especialización Industrial
- Co-fundador y Director de Estrategia de Hikaru VR Agency
- Co-fundador y Director General de Drone Spain
- Fundador de la Internet & Mobile Business School
- Fundador y Director General de Fight Technologies
- Alta experiencia en creación de empresas
- Profesor en el Máster de Innovación y creación de empresas de Bankinter
- Coach ejecutivo certificado por la Escuela Europea de Líderes (EEL)
- Formador en programas de liderazgo y gestión emocional en empresa

Profesores

Dr. Dolz, Juan Manuel

- Co-fundador y CTO MedicalDays
- Diplomado en Ciencias empresariales (Universidad de Valencia)
- Licenciado en Administración y dirección de empresas (Universidad de Valencia)
- Formación profesional en Marketing digital (Internet Startup Camp - UPV)
- Consultor de digitalización empresarial
- Alta experiencia en creación de empresas
- Co-fundador y CTO MedicalDays
- Co-fundador y COO Drone Spain
- Co-fundador y COO Hikaru VR Agency

Dra. Fortea Paricio, Anna

- Presidente en INA (International Neurocoaching Association)
- Licenciada en Derecho por la Universidad de Valencia
- Neurocoach Profesional
- Fundadora de European Leadership Center en Miami, Estados Unidos
- Fundadora del Centro de Alto Rendimiento Humano Anna Fortea en Valencia, España
- Co-fundadora de Eseox
- Presidente en INA (International Neurocoaching Association)
- Profesora en varias universidades españolas, y en UAC y Humboldt University en Miami, Estados Unidos
- Psicología en la UOC y Neurociencias en la UPenn, Universidad de Pensylvania, Estados Unidos
- Coach CAC Certificada por el Centro de Alto Rendimiento Humano IESEC

Dra. González Benavent, María

- Especialista en Marketing y Comunicación
- Licenciatura en Administración y dirección de empresas universidad de Valencia
- Máster en Neuromarketing aplicado al consumidor - Universidad de Barcelona (UB)
- Máster Marketing e Investigación de Mercados - Universidad de Valencia
- Especialista en Marketing y Comunicación
- Especialista Trade marketing
- Ha desarrollado funciones de especialista en logística internacional, comunicaciones y en análisis de costes
- Programa de Marketing Digital y Analítica Web. Google &IAB

Un equipo de alto nivel para una especialización de altísima calidad”

05

Estructura y contenido

Los contenidos de esta especialización han sido desarrollados por diferentes profesores con una finalidad clara: conseguir que nuestro alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en esta materia. El contenido de este programa le permitirá al estudiante aprender todos los aspectos de las diferentes disciplinas implicadas es esta área. Un programa completísimo y muy bien estructurado que lo llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





A través de un desarrollo muy bien compartimentado, podrás acceder a los conocimientos más avanzados del momento para lograr el éxito profesional"

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 las organizaciones
- 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 multiculturales

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
- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Dirección logística
- 5.4.3. 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 Proyectos 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. Herrami entas 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. Marco 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

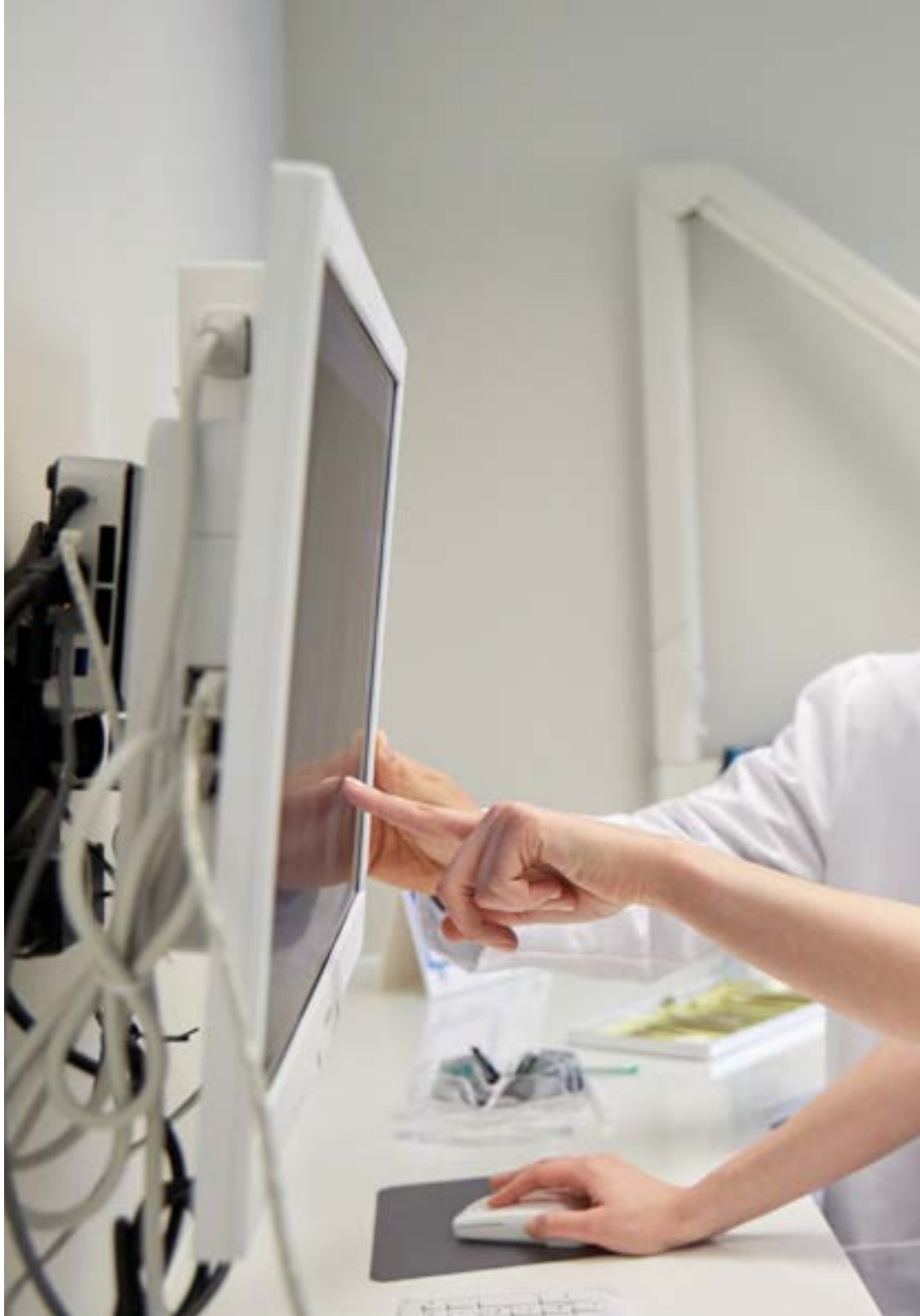
13.4. Organigrama en nuestra Clínica Dental
- 13.4.1. Organigrama de la clínica: jerarquía
- 13.4.2. Descripción de los departamentos del organigrama
- 13.4.3. Descripción de los puestos de cada departamento
- 13.4.4. Asignación de tareas de cada puesto
- 13.4.5. Coordinación de los departamentos

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 sólo 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
- 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

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 financiero
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

Módulo 18. Odontología dental

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 especialización completa que te llevará a través de los conocimientos necesarios, para competir entre los mejores”

06

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 empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación clínica, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberán investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los especialistas aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

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



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional del odontólogo.

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los odontólogos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



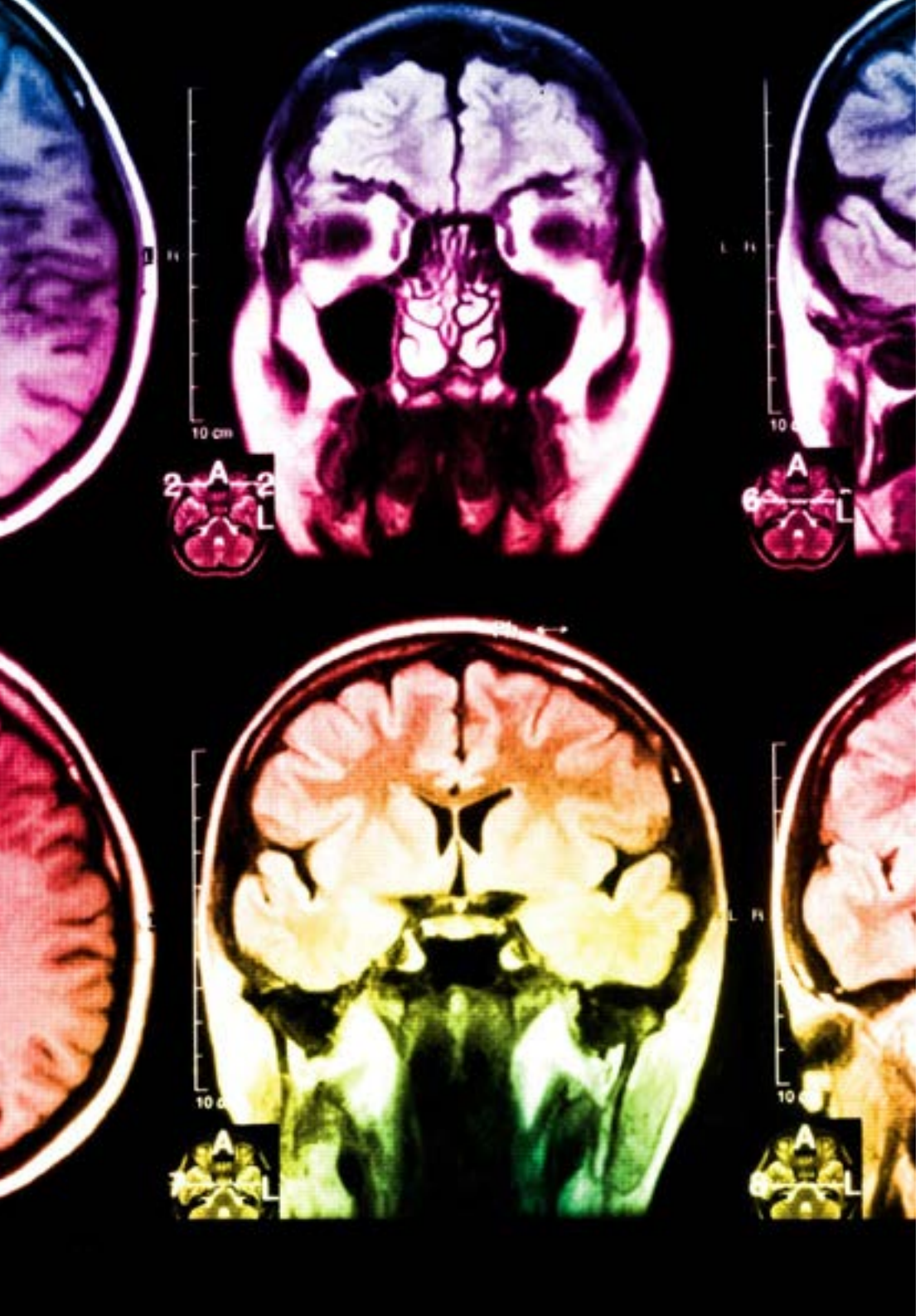
Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

El odontólogo aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de softwares de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.





Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología, se han capacitado más de 115.000 odontólogos con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en un entorno de máxima 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 capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene el sistema de aprendizaje de TECH es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Técnicas y procedimientos en vídeo

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, los últimos avances educativos y al primer plano de la actualidad en técnicas odontológicas. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión del estudiante. Y lo mejor de todo, pudiéndolo ver las veces que quiera.

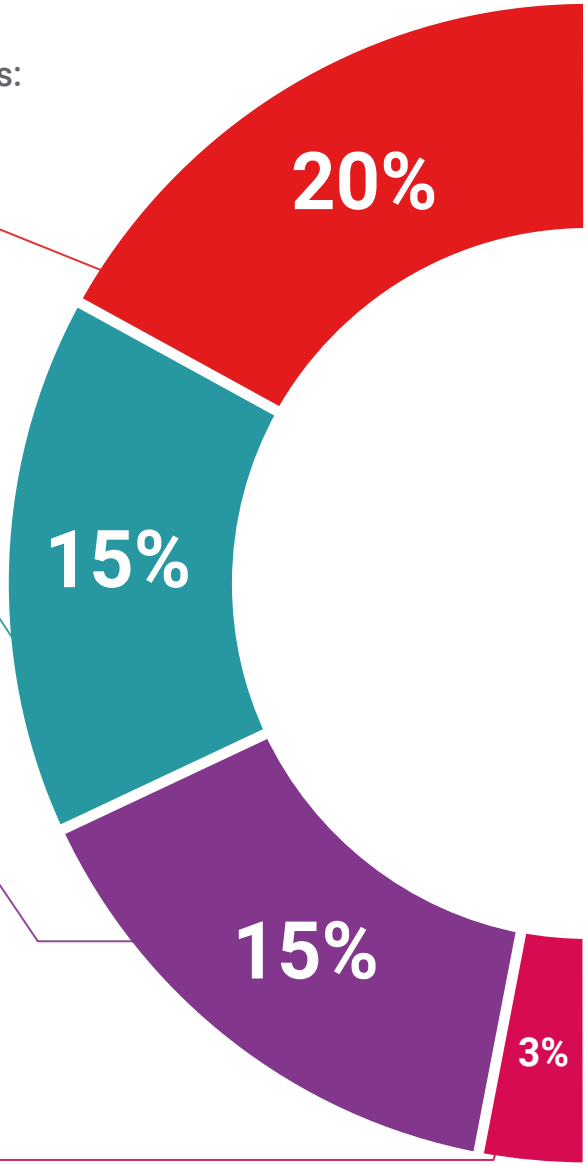
Resúmenes interactivos

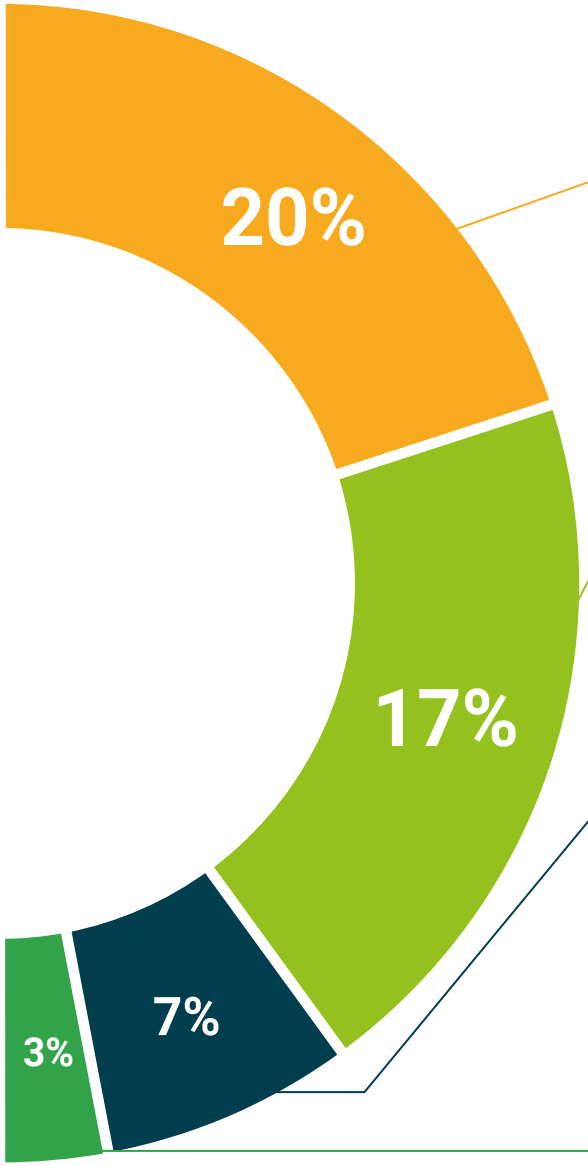
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto guiará al alumno a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

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 las futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

07

Titulación

El Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master 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 científico 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 en 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 MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Liderazgo, ética y RSC	170	OB
1º	Dirección estratégica y *Management* directivo	170	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	170	OB
1º	Dirección económico-financiera	170	OB
1º	Dirección de operaciones y logística	170	OB
1º	Dirección de sistemas de información	170	OB
1º	Dirección comercial, Marketing y comunicación corporativa	170	OB
1º	Innovación y dirección de proyectos	170	OB
1º	Pilares de la gestión de Clínicas Dentales	170	OB

Curso	Materia	Horas	Carácter
2º	Diseño de tu Clínica Dental	170	OB
2º	Introducción al Marketing	170	OB
2º	Marketing 2.0	170	OB
2º	El valor del capital humano	160	OB
2º	Gestión de equipos	160	OB
2º	Calidad y gestión del tiempo en la Clínica Dental	160	OB
2º	Gestión de compras y almacén	160	OB
2º	Costes y finanzas aplicados a Clínicas Dentales	160	OB
2º	Odontología dental	160	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

Modalidad: **Online**

Duración: **2 años**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **3.000 h.**

Grand Master

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales



tech universidad tecnológica