

Máster Título Propio

MBA en Gestión Clínica,
Dirección Médica y Asistencial

M G C D M A



Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online
- » Dirigido a: Licenciados con experiencia demostrable en el sector

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-gestion-clinica-direccion-medica-asistencial

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. 18

06

Estructura y contenido

pág. 22

07

Metodología

pág. 40

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 48

09

Dirección del curso

pág. 52

10

Impacto para tu carrera

pág. 72

11

Beneficios para tu empresa

pág. 76

12

Titulación

pág. 80

01 Bienvenida

En la actualidad se hace cada vez más necesario la introducción de habilidades directivas en los responsables de los procesos de salud. Por ello, este programa está orientado a lograr la capacitación de jefes de servicio y de responsables de la dirección médica de centros hospitalarios, desarrollando habilidades y técnicas que promuevan el impulso de su liderazgo. Esta titulación de alto nivel presenta una revisión de los sistemas y las políticas de salud, así como del proceso administrativo, para después abordar las consideraciones sobre la división asistencial y médica y su papel en el sistema. Además, el programa incluirá 10 exclusivas *Masterclasses* a cargo de un reconocido Director Invitado Internacional.



MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial
TECH Universidad



“

Un prestigioso Director Invitado Internacional impartirá 10 intensivas Masterclasses para ahondar en las nuevas técnicas en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial”

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



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 multivideo 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.

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) con el Estudio de Caso. 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.



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 análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico”

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.

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, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades, que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras finalizar el programa, serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



“

Uno de nuestros objetivos fundamentales es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial”

TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos Trabaja conjuntamente para conseguirlos

El Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial capacitará al alumno para:

01

Analizar las teorías y modelos sobre la organización y funcionamiento de los Sistemas de Salud incidiendo en los fundamentos políticos, sociales, jurídicos, económicos y estructura organizativa de los mismos

04

Capacitar al profesional, mediante las habilidades básicas necesarias, para mejorar la resolución de problemas y para la toma de decisiones en la gestión clínica y asistencial diaria

02

Describir los principios de la dirección y gestión clínica que permiten la planificación, organización, gestión y evaluación de un centro, servicio o unidad asistencial



03

Mostrar y valorar las iniciativas y experiencias avanzadas de gestión clínica y sanitaria

05

Reconocer y saber aplicar e interpretar el derecho en salud para contextualizar la práctica clínica tanto a nivel de la responsabilidad profesional y social, como de los aspectos éticos asociados a la prestación en salud

06

Comprender y saber realizar un análisis económico del funcionamiento de las instituciones de salud y del comportamiento económico de los agentes que intervienen en los sistemas de salud

08

Desarrollar la capacidad de analizar las diferentes prestaciones en salud



09

Desarrollar capacidades metodológicas e instrumentales en investigación epidemiológica y evaluación de centros, servicios, tecnologías y programas de salud

07

Incorporar los conceptos fundamentales de las técnicas e instrumentos de la evaluación económica que se aplican en los sistemas de salud a la práctica de la gestión

10

Desarrollar capacidades metodológicas e instrumentales para utilizar adecuadamente los distintos sistemas de información en salud en las decisiones de dirección y gestión de las unidades clínicas

05

Competencias

En la gestión eficaz de un centro clínico es fundamental para el profesional desarrollar competencias específicas que le permitan abordar cuestiones tan amplias como indispensables. De este modo, debe comprender los fundamentos de la evaluación económica para el cálculo de costos, y, además, adquirir vanguardistas herramientas para la empleabilidad en el sector público y privado. Por ello, a lo largo de toda esta titulación se hará hincapié en la metodología de trabajo que implementará el egresado en su día a día para llegar a convertirse en un experto en materia.



“

Perfeccionarás las competencias necesarias para destacar como un directivo experto MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial y alcanzar tus metas más ambiciosas”

01

Liderar sistemas de calidad y seguridad del paciente, aplicados al contexto de las unidades de gestión clínica

02

Aplicar en los distintos tipos de organizaciones y centros de salud los enfoques en acreditación en salud

03

Mejorar el conocimiento y las competencias profesionales en la gestión en salud desde la visión de la gestión clínica, conociendo las herramientas metodológicas prácticas para aplicar en las áreas críticas de la gestión y dirección de salud tanto institucionales como del día a día

04

Abordar la gestión clínica desde los criterios de eficacia, eficiencia, efectividad, equidad, rendimiento y rentabilidad y la solución de problemas mediante el adecuado uso de los sistemas de información

05

Aplicar los conceptos y métodos esenciales de la planificación, organización y dirección de las instituciones de salud



06

Analizar y aplicar técnicas, estilos y métodos para definir, conducir y liderar las políticas de gestión de profesionales-talentos en las instituciones de salud

08

Describir, comparar e interpretar características y datos de funcionamiento de los distintos modelos y sistemas de salud

09

Contextualizar la división asistencial y médica en el equipo interdisciplinar y conocer los nuevos retos del sector salud

07

Reconocer, aplicar y saber evaluar la utilidad en el contexto clínico de las diferentes herramientas de dirección y gestión que pueden aplicarse al contexto de la práctica asistencial

10

Comprender, interpretar, transmitir y aplicar normas reguladoras de las actividades y funciones de los profesionales de la salud en lo concerniente a la gestión clínica en forma acorde al marco jurídico del sector salud



06

Estructura y contenido

El Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial, es un programa diseñado a la medida del estudiante, que se imparte en formato 100% online, para que elija el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 12 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante, que siembre las bases para tu éxito como directivo y emprendedor.



“

Lo que estudias es muy importante. Las destrezas y competencias que adquieres es lo fundamental. No encontrarás un temario más completo que este, créenos”

Plan de estudios

El MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial de TECH Universidad Privada Peruano Alemana es un programa intensivo que prepara al estudiante para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel tecnológico, tanto en el ámbito 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 este programa, se analizarán multitud de casos prácticos, mediante el trabajo individual, de tal manera que el estudiante conseguirá un aprendizaje profundo que le será de utilidad para desarrollarse profesionalmente. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Máster Título Propio, trata en profundidad diferentes áreas de la empresa y está diseñado para especializar a directivos que entiendan el desarrollo tecnológico en la empresa, desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan enfocado en la mejora profesional y relacionarse que prepara al profesional para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende las necesidades de sus estudiantes 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 12 meses y se divide en 24 módulos.

Módulo 1	Gestión y evaluación económica
Módulo 2	Gestión de personas y talento
Módulo 3	Gestión Clínica
Módulo 4	Planificación y control de las organizaciones sanitarias
Módulo 5	La división Médica y asistencial en el sistema de salud
Módulo 6	Gestión de calidad
Módulo 7	Gestión por competencias
Módulo 8	Seguridad del paciente
Módulo 9	La acreditación de la calidad en salud
Módulo 10	Gestión de los servicios especiales y de hospitalización
Módulo 11	Gestión de los servicios centrales
Módulo 12	Gestión de servicios transversales y primarios
Módulo 13	Gestión de servicios ambulatorios
Módulo 14	Gestión del liderazgo
Módulo 15	Toma de decisiones y gestión del tiempo

Módulo 16	Creación de una marca personal
Módulo 17	La comunicación interna en gestión
Módulo 18	Comunicación y marketing en salud
Módulo 19	Gestión de la docencia y la investigación. La investigación y la innovación: I+D+i en el entorno de la salud
Módulo 20	Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas
Módulo 21	Dirección de Personas y Gestión del Talento
Módulo 22	Dirección Económico-Financiera
Módulo 23	Dirección Comercial y Marketing Estratégico
Módulo 24	Management Directivo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, el estudiante podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar tu tiempo de estudio.

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

Módulo 1. Gestión y evaluación económica

1.1. Modelos de financiaciones

- 1.1.1. Modelos de pago y actores del sistema de salud
- 1.1.2. Modelos de pago a profesionales
- 1.1.3. Modelo de pago ideal Los modelos de pago como modelos de incentivos
- 1.1.4. Evaluar la eficacia de los incentivos

1.2. Cálculo de costes

- 1.2.1. Fundamentos de la evaluación económica
- 1.2.2. Críticas a los fundamentos de la economía del bienestar
- 1.2.3. Clasificación de la contabilidad de acuerdo con sus fines
- 1.2.4. Concepto y clasificación de costes
- 1.2.5. Evaluaciones económicas empleadas en salud
- 1.2.6. Centros de Coste
- 1.2.7. Coste por proceso y por paciente
- 1.2.8. Análisis de coste por GRD

1.3. Eficiencia y sostenibilidad del sistema de salud

- 1.3.1. Definiciones
- 1.3.2. Gasto sanitario público en España
- 1.3.3. Sostenibilidad macroeconómica
- 1.3.4. Factores que tensionan al alza el gasto sanitario público comprometiendo su sostenibilidad
- 1.3.5. Gasto sanitario en las comunidades autónomas en España
- 1.3.6. Reducción del gasto sanitario público en los últimos años
- 1.3.7. El uso de los servicios sanitarios. La oferta y la demanda
- 1.3.8. Informes sobre el sistema sanitario y sostenibilidad

1.4. Acuerdos de gestión

- 1.4.1. La planificación estratégica como punto de partida
- 1.4.2. El acuerdo de gestión o contrato programa
- 1.4.3. Contenidos que suelen incluirse en los acuerdos de gestión
- 1.4.4. Acuerdos de gestión y diferenciación retributiva
- 1.4.5. Limitaciones y aspectos a tener en cuenta en un sistema de dirección por objetivos

1.5. Presupuesto y compras

- 1.5.1. Concepto de presupuesto y principios presupuestarios
- 1.5.2. Clases de presupuesto
- 1.5.3. Estructura del presupuesto
- 1.5.4. Ciclo presupuestario
- 1.5.5. Gestión de compras y aprovisionamientos
- 1.5.6. Gestión de la contratación de servicios públicos

1.6. Compras, contratación y suministros

- 1.6.1. Sistemas de aprovisionamiento integrado. Centralización de compras
- 1.6.2. Gestión de la contratación de servicios públicos: concursos, conciertos. Comisiones de compras y adquisición de bienes
- 1.6.3. Contratación en el sector privado
- 1.6.4. Logística de los suministros

1.7. Cálculos de plantillas y de rendimientos

- 1.7.1. Estimación de necesidades de plantillas asistenciales
- 1.7.2. Cálculo de plantillas
- 1.7.3. Asignar tiempo de actividad asistencial

1.8. Gestión presupuestaria

- 1.8.1. Presupuesto. Concepto
- 1.8.2. El presupuesto público

1.9. Negociación con proveedores

- 1.9.1. La negociación con proveedores

Módulo 2. Gestión de personas y talento

2.1. Derechos y deberes, retribuciones

- 2.1.1. Derechos y deberes
- 2.1.2. Deberes de los empleados públicos. Código de conducta

2.2. Jornada de trabajo en las unidades y servicios

- 2.2.1. Tipos de organización del trabajo a turnos
- 2.2.2. Planificación de recursos humanos
- 2.2.3. Derecho a la negociación colectiva, representación y participación institucional
- 2.2.4. Contenido del convenio
- 2.2.5. Gestión de efectivos en función de la demanda asistencial

2.3. Herramientas para la empleabilidad en el ámbito público y privado

- 2.3.1. Los procesos selectivos
- 2.3.2. Artículo 64
- 2.3.3. Renuncia. Artículo 65
- 2.3.4. Pérdida de la nacionalidad
- 2.3.5. Artículo 66
- 2.3.6. Artículo 67
- 2.3.7. Jubilación
- 2.3.8. Artículo 68

- 2.3.9. Rehabilitación de la condición de funcionario
- 2.3.10. Oferta de empleo público
- 2.3.11. Procesos selectivos
- 2.3.12. Provisión de puestos de trabajo y movilidad. Libre designación
- 2.3.13. Suspensión de funciones
- 2.3.14. Extinción del contrato
- 2.3.15. Por jubilación del trabajador
- 2.3.16. Por despido del trabajador

2.4. Evaluación de personas y desarrollo del talento. Clima social e institucional

- 2.4.1. Evaluación de personas
- 2.4.2. Desarrollo del talento
- 2.4.3. Clima social e institucional

2.5. Visibilidad en gestión Clínica y asistencial: blogs y redes

- 2.5.1. La revolución digital en la práctica asistencial y la gestión clínica. Descripción de las nuevas herramientas digitales
- 2.5.2. Experiencias en redes y blogs de profesionales de salud

2.6. Profesionales de la salud y tipos de relaciones

- 2.6.1. Clasificación del personal estatutario
- 2.6.2. Personal estatutario sanitario
- 2.6.3. Personal estatutario de gestión y servicios
- 2.6.4. Vinculación del personal estatutario

Módulo 3. Gestión Clínica

3.1. Sistemas de clasificación de pacientes

- 3.1.1. Grupos relacionados por el diagnóstico (GRDS)
- 3.1.2. El proyecto nipe (normalización de las intervenciones)
- 3.1.3. Sistemas de clasificación de pacientes
- 3.1.4. Recursos imprescindibles

3.2. Definición y regulación de la gestión clínica

- 3.2.1. Definición del gobierno clínico
- 3.2.2. Evolución de la gestión clínica en el sistema nacional de salud
- 3.2.3. El contrato-programa y la gestión clínica
- 3.2.4. La regulación de la gestión clínica en España
- 3.2.5. Situación actual y controversias

3.3. Procesos y protocolos de gestión clínica. Manejo de la evidencia científica

- 3.3.1. Variabilidad en la práctica médica
- 3.3.2. Evidencia científica
- 3.3.3. Gestión clínica
- 3.3.4. Procesos, procedimientos, vías clínicas y unidades de gestión clínica

3.4. Modelos y unidades de gestión clínica: unidades interhospitalarias

- 3.4.1. Qué se puede considerar en una unidad de gestión clínica: interhospitalaria
- 3.4.2. Requisitos de las unidades de gestión clínica interhospitalaria
- 3.4.3. Importancia del liderazgo en las unidades de gestión clínica interhospitalarias
- 3.4.4. Los recursos humanos, la formación continuada, la investigación y la docencia
- 3.4.5. Los pacientes y acompañantes. La humanización en la asistencia sanitaria
- 3.4.6. Los procesos en las unidades de gestión clínica interhospitalarias
- 3.4.7. Los indicadores de estas unidades interhospitalarias
- 3.4.8. La gestión por objetivos y la mejora

3.5. Prescripción farmacológica prudente. Prescripción electrónica

- 3.5.1. Normas de buena prescripción
- 3.5.2. Principios para una prescripción prudente
- 3.5.3. Herramientas para la prescripción farmacológica prudente
- 3.5.4. Indicadores de la calidad de prescripción

3.6. Prescripción de pruebas complementarias

- 3.6.1. Gestión de peticiones
- 3.6.2. Modelo de integración de sistemas de información para la gestión de pruebas diagnósticas
- 3.6.3. Beneficios de un gestor de peticiones
- 3.6.4. Método Lean

Módulo 4. Planificación y control de las organizaciones sanitarias

4.1. Los actores del sistema nacional de salud

- 4.1.1. Sostenibilidad del sistema nacional de salud
- 4.1.2. Los actores del sistema sanitario
- 4.1.3. El contribuyente
- 4.1.4. El paciente
- 4.1.5. El profesional
- 4.1.6. Agencia compradora
- 4.1.7. El comprador
- 4.1.8. La institución productora
- 4.1.9. Conflictos e intereses

Módulo 5. La división médica y asistencial en el sistema de salud

5.1. Dirección médica clásica vs dirección asistencial

- 5.1.1. Dirección médica clásica
- 5.1.2. Dirección médica asistencial

5.2. Sistemas de información para la gestión e historia clínica electrónica

- 5.2.1. Cuadros de mandos
- 5.2.2. Historia clínica electrónica
- 5.2.3. Sistemas de prescripción asistida
- 5.2.4. CMDB, CIE
- 5.2.5. Otros sistemas de información útiles en gestión de salud

5.3. Continuidad asistencial: integración atención primaria-hospitalaria-sociosanitaria

- 5.3.1. La necesidad de la integración asistencial
- 5.3.2. Organizaciones sanitarias integradas. Bases iniciales
- 5.3.3. Arrancar una OSI

5.4. La bioética y humanización en la práctica médica

- 5.4.1. Situación actual de deshumanización en la sanidad
- 5.4.2. Gestión de la calidad
- 5.4.3. Humanizando la gestión de la calidad
- 5.4.4. Programas para la humanización

5.5. Dirección médica y asistencial: relaciones

- 5.5.1. Papel de la dirección
- 5.5.2. Participación activa de la dirección
- 5.5.3. Objetivos de la dirección
- 5.5.4. Regulación de la relación entre la dirección médica y la dirección
- 5.5.5. Sistemas de gestión profesional

5.6. Salud pública, promoción de salud y prevención de la enfermedad para direcciones asistenciales hospitalares y áreas de salud

- 5.6.1. Qué es la salud pública
- 5.6.2. Promoción de la salud
- 5.6.3. Prevención de la enfermedad
- 5.6.4. Sanidad exterior o sanidad internacional
- 5.6.5. Los retos de la salud pública

5.7. Transformación del Modelo sanitario. La triple Meta

- 5.7.1. Estrategia de continuidad asistencial
- 5.7.2. Estrategia sociosanitaria
- 5.7.3. Eficiencia, salud y experiencia del paciente

Módulo 6. Gestión de la calidad

6.1. La calidad en salud

- 6.1.1. Calidad en los cuidados
- 6.1.2. Registros de la actividad en salud y calidad

6.2. Programas de calidad asistencial

- 6.2.1. Calidad asistencial

Módulo 7. Gestión por competencias

7.1. La evaluación del desempeño. Gestión por competencias

- 7.1.1. Definición de las competencias
- 7.1.2. Procedimiento de la evaluación del desempeño. Implantación
- 7.1.3. Funciones
- 7.1.4. Competencias generales y específicas

- 7.1.5. Feed back de las profesiones para mejorar su desempeño y autoevaluación
- 7.1.6. Diseño de un itinerario formativo para el desarrollo competencial
- 7.1.7. Motivación intrínseca y extrínseca para mejorar el desempeño. Métodos
- 7.1.8. Principios más importantes del cambio

7.2. Métodos y técnicas. Gestión por competencias

- 7.2.1. La entrevista de evaluación. Instrucciones para el evaluador
- 7.2.2. Principios generales de la entrevista motivacional
- 7.2.3. La entrevista motivacional
- 7.2.4. Estrategias comunicacionales
- 7.2.5. La pirámide de Miller

Módulo 8. Seguridad del paciente

8.1. Seguridad de paciente. Evolución histórica

- 8.1.1. Introducción y definición. Antecedentes y situación actual
- 8.1.2. Identificación inequívoca del paciente. Sistemas de localización y trazabilidad
- 8.1.3. Pacientes vulnerables de padecer U.P.P.
- 8.1.4. Riesgo de infecciones asociadas a los cuidados enfermeros. Cuidados de los accesos venosos
- 8.1.5. Riesgo de caídas. Prevención y monitorización de las caídas del paciente hospitalizado

8.2. Infección nosocomial

- 8.2.1. Infección nosocomial. Definición y clasificación. Evolución estudios EPINE
- 8.2.2. Cuidados ante la infección intrahospitalaria
- 8.2.3. Redes y programas de vigilancia y control de la infección hospitalaria
- 8.2.4. Asepsia, desinfección y esterilización

8.3. Prevención

- 8.3.1. Prevención primaria y secundaria. Tipos y ejemplos
- 8.3.2. Prevención y detección de acontecimientos adversos relacionados con la preparación y administración de la medicación
- 8.3.3. Programas de screening: cáncer de mama. Su gestión

- 8.3.4. Programas de screening: cáncer de colon. Su gestión
- 8.3.5. Gestión de un programa de vacunaciones. Vacunación infantil
- 8.3.6. Gestión de un programa de vacunaciones. Vacunación antigripal
- 8.3.7. AMFE (Análisis Modal de Fallos y Efectos). Análisis causa/raíz

8.4. Sistema de notificación y registro

- 8.4.1. Sistemas de notificación y registro
- 8.4.2. Sistemas de notificación y registro de eventos adversos

8.5. Segundas y terceras víctimas

- 8.5.1. Los profesionales de la salud ante los efectos adversos
- 8.5.2. La trayectoria de recuperación y el apoyo emocional
- 8.5.3. El impacto en la imagen corporativa

Módulo 9. La acreditación de la calidad en salud

8.9. La acreditación en salud

- 9.1.1. Sistemas de gestión de calidad: acreditación, certificación y modelos de excelencia

9.2. Joint Commission International

- 9.2.1. Historia
- 9.2.2. La Joint Commission International

9.3. Modelo EFQM

- 9.3.1. Los criterios de los modelos de excelencia
- 9.3.2. El esquema lógico reder
- 9.3.3. Actualización del modelo EFQM de excelencia

9.4. Acreditación ISO

- 9.4.1. Las normas se utilizan como patrón para la certificación
- 9.4.2. Situación de la acreditación del sistema sanitario
- 9.4.3. La acreditación en perspectiva: principales conflictos teórico-prácticos

Módulo 10. Gestión de los servicios especiales y de hospitalización

10.1. Gestión de servicios de urgencias

- 10.1.1. Procesos de un servicio de urgencia
- 10.1.2. Planificación y control del servicio
- 10.1.3. Recursos humanos
- 10.1.4. Docencia en urgencias

10.2. Gestión de la UCI

- 10.2.1. Definición de Cuidados Intensivos
- 10.2.2. La UCI. Estructura física
- 10.2.3. Dotación recursos humanos
- 10.2.4. Recursos Materiales: Tecnología y aparataje. Monitorización
- 10.2.5. Modelos de UCI sin paredes y de innovación
- 10.2.6. Modelo español de trasplantes. Colaboración con la ONT
- 10.2.7. Gestión de Seguridad en la UCI. Proyectos Zero, Indicadores de calidad. Traspaso de información
- 10.2.8. La humanización en las UCI

10.3. Gestión del área quirúrgica

- 10.3.1. El área quirúrgica. Estructura física, organización y circuitos
- 10.3.2. La coordinación de quirófanos. Indicadores de rendimiento quirúrgico y de funcionamiento. La programación quirúrgica. Mejora del rendimiento
- 10.3.3. Cálculo de los recursos humanos en un área quirúrgica

- 10.3.4. Cálculo de Recursos materiales: Dimensionamiento del BQ y su funcionamiento
- 10.3.5. Gestión de la seguridad en el área quirúrgica. CHECK LIST quirúrgico. Lavado de manos quirúrgico
- 10.3.6. Asepsia y esterilización en quirófanos. Monitorización ambiental del quirófano

10.4. Gestión de las unidades de hospitalización

- 10.4.1. Qué son las unidades de hospitalización
- 10.4.2. Requisitos de las unidades de hospitalización
- 10.4.3. Importancia del liderazgo en las unidades de hospitalización
- 10.4.4. Los recursos humanos, la formación continuada, la docencia y la investigación
- 10.4.5. Los pacientes y acompañantes

- 10.4.6. Los procesos: estratégicos, operativos y estructurales
- 10.4.7. Los indicadores de las unidades de hospitalización
- 10.4.8. El papel de la atención primaria y otros dispositivos asistenciales
- 10.4.9. La gestión por objetivos y la mejora

10.5. Otras Unidades y servicios especiales

- 10.5.1. Alternativas a la hospitalización convencional: Hospital de día (HdD)
- 10.5.2. Alternativas a la hospitalización convencional: Puestos de HdD integrados en otras unidades
- 10.5.3. Alternativas a la hospitalización convencional: Hospitalización a domicilio (HAD)
- 10.5.4. Alternativas a la hospitalización convencional: unidades de corta estancia

Módulo 11. Gestión de los servicios centrales

11.1. Servicios de Admisión y Documentación Clínica

- 11.1.1. Servicio de admisión y documentación clínica
- 11.1.2. Gestión de camas
- 11.1.3. Archivo de historias clínicas
- 11.1.4. Digitalización e indexación
- 11.1.5. Definición de metadatos

11.2. Gestión de servicios radiodiagnóstico

- 11.2.1. Definición Servicio de Radiología
- 11.2.2. Estructura y organización del servicio de radiología
- 11.2.3. Sistema de Información Radiológico (RIS)
- 11.2.4. Circuito de Petición radiológica
- 11.2.5. Derechos de los pacientes
- 11.2.6. Telerradiología

11.3. Gestión del laboratorio

- 11.3.1. La fase preanalítica
- 11.3.2. La fase analítica
- 11.3.3. La fase post-analítica
- 11.3.4. Point-of-care testing (POCT)
- 11.3.5. El proyecto Madrid laboratorio clínico (MLC)

11.4. Gestión de la farmacia hospitalaria y de Atención Primaria

- 11.4.1. Planificación y organización del Servicio de Farmacia: Estructura física, organización y circuitos
- 11.4.2. Recursos humanos y materiales. Diferentes competencias y funciones
- 11.4.3. Proceso de Gestión de Compras y Gestión de la farmacoterapia
- 11.4.4. Sistemas de dispensación en hospital: stock de planta, dosis unitaria, sistemas automatizados

- 11.4.5. Zona de preparación de medicamentos estériles: peligrosos y no peligrosos
- 11.4.6. Atención Farmacéutica a pacientes externos y ambulantes
- 11.4.7. Farmacia de atención primaria y Coordinación Asistencial en Farmacoterapia

11.5. Gestión de la hostelería, servicios complementarios y voluntariado

- 11.5.1. La alimentación hospitalaria
- 11.5.2. El servicio de lencería
- 11.5.3. El voluntariado hospitalario

Módulo 12. Gestión de servicios transversales y primarios

12.1. Atención primaria de salud

- 12.1.1. Capacidad resolutive de AP
- 12.1.2. Atención a la comunidad: programas de salud
- 12.1.3. Atención urgente y atención continuada. Modelo PAC y modelo servicios especiales de urgencias

12.2. Gestión del paciente complejo-crónico

- 12.2.1. Modelos de Atención a la Cronicidad
- 12.2.2. Situación actual en España
- 12.2.3. De la Estrategia de Atención a la Cronicidad a la gestión del paciente crónico
- 12.2.4. Cronicidad y Atención Socio-sanitaria

12.3. Experiencias en el empoderamiento del paciente: el paciente activo, escuela de pacientes

- 12.3.1. El empoderamiento del paciente y la aportación enfermera
- 12.3.2. El apoyo entre iguales
- 12.3.3. El autocuidado y el apoyo al autocuidado
- 12.3.4. Educación sanitaria y educación en autogestión
- 12.3.5. Programas de autogestión. Características
- 12.3.6. Programas de autogestión. Experiencias internacionales y en España

Módulo 13. Gestión de servicios ambulatorios**13.1. Gestión de servicios de Atención ambulatoria: hospitales de día y consultas externas**

- 13.1.1. Organización y funcionamiento del hospital de día
- 13.1.2. Gestión del hospital de día oncohematológico
- 13.1.3. Organización y gestión de consultas externas

13.2. Gestión de servicios extrahospitalarios

- 13.2.1. Evolución histórica
- 13.2.2. Centros coordinadores de emergencias
- 13.2.3. Recursos humanos y competencias. Equipo implicado
- 13.2.4. Coordinación con el resto de dispositivos de la red asistencial
- 13.2.5. Indicadores de calidad de urgencias y emergencias
- 13.2.6. Plan de catástrofes. Gestionar una catástrofe

13.3. Atención domiciliaria: modelos

- 13.3.1. La hospitalización domiciliaria tipos y conceptos
- 13.3.2. Criterios de selección de pacientes
- 13.3.3. Cálculo y gestión de los recursos humanos y materiales
- 13.3.4. Los cuidados paliativos en el domicilio. Técnicas y selección de pacientes
- 13.3.5. Gestión del acompañamiento a la familia y del duelo
- 13.3.6. La gestión de la sobrecarga del cuidador principal. Claudicación familiar

13.4. Salud Mental, conductas adictivas y trabajo social

- 13.4.1. Introducción a la salud mental
- 13.4.2. La atención integral
- 13.4.3. Técnicas y procedimientos diagnósticos y terapéuticos comunes a todos los dispositivos
- 13.4.4. Transversalidad y continuidad asistencial en el ámbito sanitario
- 13.4.5. Trabajo social

Módulo 14. Gestión del liderazgo**14.1. El liderazgo en el equipo**

- 14.1.1. Concepto de liderazgo
- 14.1.2. Pasos a seguir para el liderazgo de éxito
- 14.1.3. Cualidades del líder
- 14.1.4. Actividades que debe llevar a cabo el líder
- 14.1.5. Los siete hábitos de las personas de éxito y liderazgo

14.2. La motivación

- 14.2.1. Motivación intrínseca y extrínseca
- 14.2.2. Diferencias entre motivación y satisfacción y sus diferentes teorías

14.3. La delegación

- 14.3.1. ¿Qué significa delegar?
- 14.3.2. Formas para evaluar la delegación, tareas
- 14.3.3. Funciones no delegables

14.4. Coaching directivo

- 14.4.1. Desarrollo

Módulo 15 . Toma de decisiones y gestión del tiempo**15.1. Toma de decisiones**

- 15.1.1. La decisión como proceso organizativo
- 15.1.2. Fases del proceso de decisión
- 15.1.3. Características de toda decisión

15.2. El proceso de la decisión. Técnicas

- 15.2.1. Escuelas de dirección. Historia
- 15.2.2. El marco de la función de dirigir y de la toma de decisiones
- 15.2.3. Tipos de decisiones
- 15.2.4. Características que debe cumplir una buena decisión
- 15.2.5. Puntos clave a tener en cuenta en la toma de decisiones
- 15.2.6. El proceso de razonamiento lógico
- 15.2.7. Herramientas de ayuda en la toma de decisiones

15.3. Gestión del tiempo, del estrés y de la felicidad

- 15.3.1. Introducción al estrés en los puestos directivos
- 15.3.2. Pautas generales para prevenir y/o reducir la experiencia del estrés
- 15.3.3. Gestión eficaz del tiempo
- 15.3.4. La planificación de la agenda
- 15.3.5. El tiempo personal y el tiempo profesional, en busca de la felicidad

Módulo 16. Creación de una marca personal

16.1. El perfil público

- 16.1.1. Presentarnos al mundo. Nuestra huella digital
- 16.1.2. Reputación digital. Las referencias positivas
- 16.1.3. La carta de presentación en el 2.0

16.2. La entrevista de trabajo para optar a un puesto de gestión

- 16.2.1. La entrevista
- 16.2.2. Métodos para realizar una entrevista con éxito

Módulo 17. La comunicación interna en gestión

17.1. La comunicación

- 17.1.1. Aproximación conceptual
- 17.1.2. La comunicación interna en la organización sanitaria. ¿Tienes un plan?
- 17.1.3. ¿Cómo se hace un plan de comunicación interna?
- 17.1.4. Las herramientas. Evolución. De la nota de circulación interior a la Red Social Corporativa

17.2. Las reuniones

- 17.2.1. Aproximación conceptual
- 17.2.2. Las reuniones directivas y la gestión del tiempo
- 17.2.3. Arquitectura de reuniones programadas de equipo. Una propuesta
- 17.2.4. Claves del éxito en la preparación de una reunión
- 17.2.5. Manejo de reuniones

17.3. Gestión de conflictos

- 17.3.1. Aproximación conceptual
- 17.3.2. Los conflictos laborales
- 17.3.3. El cambio. Principal fuente de conflicto con la dirección
- 17.3.4. Manejo de conflictos en los equipos de trabajo sanitarios

Módulo 18. Comunicación y marketing en salud

18.1. El Marketing y las redes sociales

- 18.1.1. Aproximación conceptual
- 18.1.2. Marketing en los servicios de salud

18.2. La comunicación en las organizaciones

- 18.2.1. Aproximación conceptual
- 18.2.2. ¿Qué comunicar en la organización sanitaria?
- 18.2.3. Las TIC como herramienta de comunicación clave en la gestión clínica

18.3. Relaciones con agentes sociales usuarios y proveedores

- 18.3.1. Financiación y aseguramiento
- 18.3.2. Regulación Actores del sistema
- 18.3.3. Mapa de relaciones, qué esperan unos de otros

18.4. Responsabilidad Social Corporativa. Buen Gobierno Sanitario

- 18.4.1. Responsabilidad y ética en las organizaciones
- 18.4.2. Principios y compromisos para desarrollar la responsabilidad social en el sistema nacional de salud
- 18.4.3. Buen gobierno sanitario
- 18.4.4. Buenas prácticas de gobierno

Módulo 19. Gestión de la docencia y la investigación. La investigación y la innovación: I+D+i en el entorno de la salud

19.1. Metodología de la investigación: Epidemiología y diseños de estudios de investigación y sesgos

- 19.1.1. Epidemiología y epidemiología clínica
- 19.1.2. Principales diseños de estudios en investigación clínica
- 19.1.3. Calidad de los estudios: Fiabilidad y validez. Sesgos

19.2. Fuentes de información para la investigación y estrategias de búsqueda. bases de datos

- 19.2.1. Preguntas clínicas de investigación
- 19.2.2. Fuentes de información
- 19.2.3. Donde y como buscar la información
- 19.2.4. Búsqueda
- 19.2.5. Bases de datos

19.3. Lectura crítica de artículos

- 19.3.1. Fases de la lectura crítica
- 19.3.2. Herramientas para la lectura crítica
- 19.3.3. Principales errores

19.4. Proyectos de investigación: recursos financieros. Desarrollo de productos y patentes

- 19.4.1. Modelo español de investigación biomédica
- 19.4.2. Diseño de un proyecto de investigación
- 19.4.3. Financiación de la investigación
- 19.4.4. Explotación de los resultados de investigación

19.5. Comunicación y divulgación de la investigación

- 19.5.1. Informes de investigación
- 19.5.2. Elección de la revista donde publicar
- 19.5.3. Algunas recomendaciones de estilo

Módulo 20. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

20.1. Globalización y Gobernanza

- 20.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 20.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 20.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

20.2. Cross Cultural Management

- 20.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 20.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 20.2.3. Gestión de la Diversidad

20.3. Ética empresarial

- 20.3.1. Ética y Moral
- 20.3.2. Ética Empresarial
- 20.3.3. Liderazgo y ética en las empresas

20.4. Sostenibilidad

- 20.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 20.4.2. Agenda 2030
- 20.4.3. Las empresas sostenibles

20.5. Responsabilidad Social de la Empresa

- 20.5.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 20.5.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 20.5.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

20.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 20.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 20.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 20.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 20.6.4. Herramientas y estándares de la RSC

20.7. Multinacionales y derechos humanos

- 20.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 20.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 20.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

20.8. Entorno legal y Corporate Governance

- 20.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 20.8.2. Propiedad intelectual e industrial
- 20.8.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 21. Dirección de Personas y Gestión del Talento

21.1. Dirección Estratégica de personas

- 21.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 21.1.2. Dirección estratégica de personas

21.2. Gestión de recursos humanos por competencias

- 21.2.1. Análisis del potencial
- 21.2.2. Política de retribución
- 21.2.3. Planes de carrera/sucesión

21.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

- 21.3.1. La gestión del rendimiento
- 21.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

21.4. Innovación en gestión del talento y las personas

- 21.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 21.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 21.4.3. Fidelización y retención
- 21.4.4. Proactividad e innovación

21.5. Desarrollo de equipos de alto desempeño

- 21.5.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 21.5.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

21.6. Gestión del cambio

- 21.6.1. Gestión del cambio
- 21.6.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 21.6.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

21.7. Negociación y gestión de conflictos

- 21.7.1. Negociación
- 21.7.2. Gestión de Conflictos
- 21.7.3. Gestión de Crisis

21.8. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 21.8.1. La productividad
- 21.8.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 22. Dirección Económico-Financiera

22.1. Entorno Económico

- 22.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 22.1.2. Instituciones financieras
- 22.1.3. Mercados financieros
- 22.1.4. Activos financieros
- 22.1.5. Otros entes del sector financiero

22.2. Contabilidad Directiva

- 22.2.1. Conceptos básicos
- 22.2.2. El Activo de la empresa
- 22.2.3. El Pasivo de la empresa
- 22.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 22.2.5. La Cuenta de Resultados

22.3. Sistemas de información y Business Intelligence

- 22.3.1. Fundamentos y clasificación
- 22.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 22.3.3. Elección de centro de costes y efecto

22.4. Presupuesto y Control de Gestión

- 22.4.1. El modelo presupuestario
- 22.4.2. El Presupuesto de Capital
- 22.4.3. La Presupuesto de Explotación
- 22.4.5. El Presupuesto de Tesorería
- 22.4.6. Seguimiento del Presupuesto

22.5. Dirección Financiera

- 22.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 22.5.2. El departamento financiero
- 22.5.3. Excedentes de tesorería
- 22.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 22.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

22.6. Planificación Financiera

- 22.6.1. Definición de la planificación financiera
- 22.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 22.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 22.6.4. El cuadro *Cash Flow*
- 22.6.5. El cuadro de circulante

22.7. Estrategia Financiera Corporativa

- 22.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 22.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

22.8. Financiación Estratégica

- 22.8.1. La autofinanciación
- 22.8.2. Ampliación de fondos propios
- 22.8.3. Recursos Híbridos
- 22.8.4. Financiación a través de intermediarios

22.9. Análisis y planificación financiera

- 22.9.1. Análisis del Balance de Situación
- 22.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 22.9.3. Análisis de la Rentabilidad

22.10. Análisis y resolución de casos/ problemas

- 22.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)t

Módulo 23. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

23.1. Dirección comercial

- 23.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 23.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 23.1.3. El rol de los directores comerciales

23.2. Marketing

- 23.2.1. Concepto de Marketing
- 23.2.2. Elementos básicos del marketing
- 23.2.3. Actividades de marketing de la empresa

23.3. Gestión Estratégica del Marketing

- 23.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 23.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 23.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

23.4. Marketing digital y comercio electrónico

- 23.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 23.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
- 23.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
- 23.4.4. Categorías del comercio electrónico
- 23.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

23.5. Marketing digital para reforzar la marca

- 23.5.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
- 23.5.2. *Branded Content & Storytelling*

23.6. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

- 23.6.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 23.6.2. *Visitor Relationship Management*
- 23.6.3. Hipersegmentación

23.7. Gestión de campañas digitales

- 23.7.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 23.7.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 23.7.3. Errores de las campañas de publicidad digital

23.8. Estrategia de ventas

- 23.8.1. Estrategia de ventas
- 23.8.2. Métodos de ventas

23.9. Comunicación y reputación digital

- 23.9.1. Reputación online
- 23.9.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 23.9.3. Herramientas de reputación online
- 23.9.4. Informe de reputación online
- 23.9.5. *Branding online*

Módulo 24. Management Directivo

24.1. General Management

- 24.1.1. Concepto de General Management
- 24.1.2. La acción del Manager General
- 24.1.3. El Director General y sus funciones
- 24.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección

24.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

- 24.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques

24.3. Dirección de operaciones

- 24.3.1. Importancia de la dirección
- 24.3.2. La cadena de valor
- 24.3.3. Gestión de calidad

24.4. Oratoria y formación de portavoces

- 24.4.1. Comunicación interpersonal
- 24.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 24.4.3. Barreras en la comunicación

24.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 24.5.1. La comunicación interpersonal
- 24.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 24.5.3. La comunicación en la organización
- 24.5.4. Herramientas en la organización

24.6. Comunicación en situaciones de crisis

- 24.6.1. Crisis
- 24.6.2. Fases de la crisis
- 24.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

24.7. Preparación de un plan de crisis

- 24.7.1. Análisis de posibles problemas
- 24.7.2. Planificación
- 24.7.3. Adecuación del personal

24.8. Inteligencia emocional

- 24.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 24.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 24.8.3. Autoestima y comunicación emocional

24.9. Branding Personal

- 24.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 24.9.2. Leyes del branding personal
- 24.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales



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”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



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

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *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 tomaran decisiones y emitieran 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

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

Potenciamos el Estudio de Caso 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.

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.



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.



Prácticas de habilidades directivas

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





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



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



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.



08

Perfil de nuestros alumnos

Nuestro Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial es un programa dirigido a personas con estudios universitarios que quieren transformar su carrera profesional.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.



“

Inscríbete ahora y conviértete en un profesional de primer nivel gracias a este Máster Título Propio exclusivo de TECH”

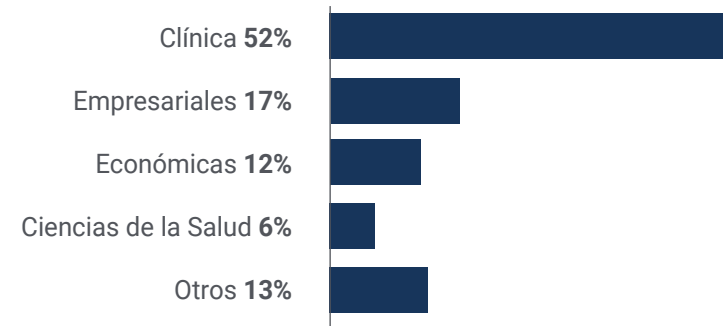
Edad media

Entre **35** y **45** años

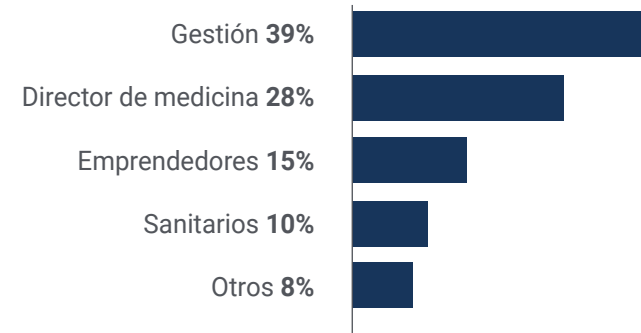
Años de experiencia



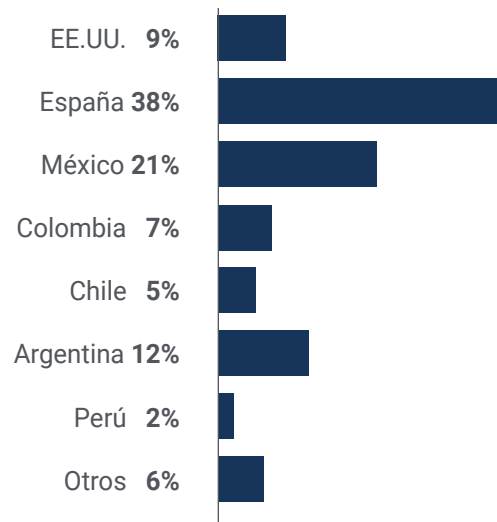
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Susana González

Gerente de hospital

"Por mucho que uno lo desee, plantearse un Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial no es una cuestión sencilla y, más aún, cuando hay que compaginarlo con la actividad profesional y la vida familiar. No obstante, el programa MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial online de TECH Universidad me ofreció la posibilidad de lograrlo. El buen profesorado hizo aún más enriquecedora la experiencia y el aprendizaje"

09

Dirección del curso

TECH apuesta continuamente por la excelencia académica. Por eso, cada uno de sus programas cuenta con equipos docentes de máximo prestigio. Estos expertos disponen de una amplia experiencia en sus campos profesionales y, al mismo tiempo, han alcanzado resultados significativos con sus investigaciones empíricas y trabajos de campo. Además, estos especialistas ocupan un rol protagonista dentro de la titulación universitaria, al asumir la responsabilidad de seleccionar los contenidos más actualizados e innovadores para su inclusión en los temarios. Al mismo tiempo, participan en la elaboración de numerosos recursos multimedia de alto rigor pedagógico.



“

Un completísimo cuadro docente, compuesto por expertos de dilatada experiencia, estará a tu alcance en este programa de TECH”

Directora Invitada Internacional

Pauline Maisani es una profesional destacada en el ámbito de la **gestión clínica** y la **dirección médica**. Así, como especialista en la mejora de la **calidad** y la **seguridad** en los **servicios de salud**, su carrera se ha centrado en la implementación de **proyectos estratégicos** y en la **planificación sanitaria**. Además, entre sus intereses, destaca la **gestión financiera de instituciones hospitalarias**, así como la **planificación** y desarrollo de **estrategias de mejora continua en salud**.

Asimismo, a lo largo de su trayectoria, ha ocupado puestos de gran relevancia en instituciones de **Francia** y **Canadá**. De hecho, ha sido **Directora General Adjunta** en el **Hospital Pitié-Salpêtrière**, donde ha liderado iniciativas clave en la mejora de la **atención sanitaria** y la **gestión de recursos**. También se ha desempeñado como **Directora de Planificación Estratégica** en el **Centro Hospitalario** de la **Universidad de Montreal**, cargo en el que ha supervisado la ejecución de proyectos de gran envergadura y la optimización de los **servicios hospitalarios**. Igualmente, ha prestado un gran servicio a la **Asistencia Pública** y **Hospitales Universitarios de París**, trabajando como **Jefa del Departamento de Calidad y Seguridad de la Atención Médica** en su sede, así como **Directora Adjunta de Finanzas y Asuntos Médicos**.

En el ámbito internacional, ha sido reconocida por su capacidad de **liderazgo** y su habilidad para gestionar complejos proyectos en el **sector hospitalario**. En este sentido, su trabajo en diferentes países y su colaboración con **equipos multidisciplinarios** le han otorgado una reputación como experta en **gestión sanitaria**. A su vez, Pauline Maisani ha contribuido con diversas **publicaciones** y **estudios** sobre la **gestión hospitalaria** y la **planificación estratégica en sistemas de salud**. Y es que su enfoque innovador y su compromiso con la excelencia le han valido el respeto de sus colegas y el reconocimiento dentro del **sector de la salud**.



Dña. Maisani, Pauline

- Directora General Adjunta en el Hospital Pitié-Salpêtrière, París, Francia
- Directora en los Hospitales Universitarios de Beaujon y de Bichat Claude Bernard
- Directora General Adjunta en el Grupo Hospitalario Paris Nord Val de Seine
- Jefa del Departamento de Calidad y Seguridad de la Atención Médica en la Sede de Asistencia Pública - Hospitales de París
- Directora de Planificación Estratégica en el Centro Hospitalario de la Universidad de Montreal, Canadá
- Directora Adjunta de Finanzas y Asuntos Médicos en la Sede de Asistencia Pública - Hospitales de París
- Subdirectora de la Unidad de Análisis Estratégico en el Hospital Universitario de Lille
- Formación en Dirección de Hospitales y Administración/Gestión de Establecimientos Hospitalarios y de Salud por la Escuela de Estudios Avanzados en Salud Pública (EHESP)
- Máster en Asuntos y Políticas Europeas por la Universidad de Sussex
- Licenciada en Ciencias Políticas y Gobierno por Sciences Po



Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación** y **estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista *Fortune 50*, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento en Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



Dña. Dove, Jennifer

- ♦ Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Responsable de Selección de Personal Comcast
- ♦ Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- ♦ Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en BNC
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en Vault
- ♦ Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

“

TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global”

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En Microsoft ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar** una “**descarbonización rentable**” y **revisar** un panorama fragmentado de **datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD

“

¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional”

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un **experimentado profesional** en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing, análisis de medios, medición y atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton, Airbus y Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes y trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia”

Director Invitado Internacional

Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el entorno de la Moda. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre otras.

Los resultados de este directivo de **alto perfil internacional** han estado vinculados a su probada capacidad para **synetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos empresariales específicos. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación a ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado** y una **auténtica pasión** por los productos.

Como **Director Global de Marca y Merchandising** en **Giorgio Armani**, ha supervisado disímiles **estrategias de Marketing** para ropas y accesorios. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el **ámbito minorista** y las necesidades y el **comportamiento del consumidor**. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como **jefe de equipo** en los **departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas**.

Por otro lado, en empresas como **Calvin Klein** o el **Gruppo Coin**, ha emprendido proyectos para impulsar la **estructura, el desarrollo** y la **comercialización de diferentes colecciones**. A su vez, ha sido encargado de crear **calendarios eficaces** para las **campañas de compra y venta**. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los **términos, costes, procesos y plazos de entrega** de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos** de la **Moda** y el **Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo de diferentes marcas** y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?”

Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al análisis de **Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare para **insights** de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios Másteres y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhague
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhague



¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje”

Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna Yammer**. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos y Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



Dña. Thole-Muir, Wendy

- ♦ Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- ♦ Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- ♦ Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- ♦ Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- ♦ Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- ♦ Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica

“

Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”

10

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone 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.



“

Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo”

¿Preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional espera

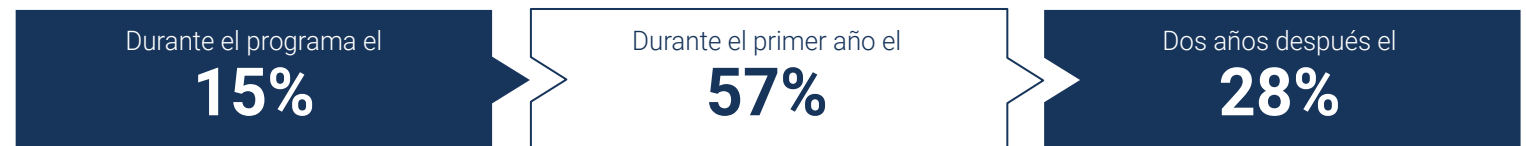
El Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial de TECH Universidad es un programa intenso que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si un estudiante quiere superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

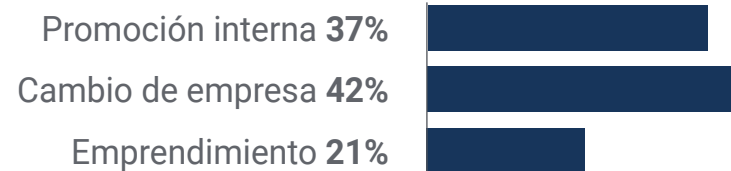
Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial te ayudará a conseguirlo.

No dejes pasar la oportunidad de capacitarte con nosotros y notarás cómo conseguirás la mejora que estabas buscando.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**



11

Beneficios para tu empresa

El Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial, contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial, mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrarás futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

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

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

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a nuestros alumnos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad.



“

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



Máster Título Propio MBA en Gestión Clínica, Dirección Médica y Asistencial

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

MBA en Gestión Clínica,
Dirección Médica y Asistencial

