

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Clínicas Dentales

M B A D C D



## Máster Título Propio MBA en Dirección de Clínicas Dentales

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-clinicas-dentales](http://www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-clinicas-dentales)

# Índice

01

Bienvenida

---

*pág. 4*

02

¿Por qué estudiar en TECH?

---

*pág. 6*

03

¿Por qué nuestro programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Competencias

---

*pág. 20*

06

Estructura y contenido

---

*pág. 26*

07

Metodología

---

*pág. 38*

08

Perfil de nuestros alumnos

---

*pág. 46*

09

Dirección del curso

---

*pág. 50*

10

Impacto para tu carrera

---

*pág. 74*

11

Beneficios para tu empresa

---

*pág. 78*

12

Titulación

---

*pág. 82*

# 01

# Bienvenida

El sector de la odontología es cada vez más competitivo, gracias a la aparición de numerosas clínicas dentales en los últimos años. Además, para lograr el éxito de una clínica dental también es necesario alcanzar la excelencia a nivel empresarial y, por ello, la especialización en este campo resulta indispensable para dar el empujón necesario que eleve a estas empresas a la élite de su sector. De esta manera, es fundamental que los profesionales adquieran las habilidades necesarias en materia financiera, logística, de marketing y comunicación, o de gestión de recursos humanos, por ejemplo. Asimismo, en este completísimo itinerario académico de TECH, los egresados contarán con 10 *Masterclasses* impartidas por un prestigioso Director Invitado Internacional.



MBA en Dirección de Clínicas Dentales  
TECH Global University



“

*Destacarás entre otros profesionales del sector tras aprender de manera global acerca de la gestión de clínicas dentales de la mano de un reconocido Director Invitado Internacional”*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

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



“

*Nuestra propuesta de valor está moviendo los cimientos de las escuelas de negocio tradicionales. Te ofrecemos la mejor especialización al mejor precio”*

## En TECH Global University



### Innovación

Te ofrecemos 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 te aportará las claves para desarrollarte 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 nuestros programas el novedoso sistema de multivideo interactivo



### Máxima exigencia

Nuestro criterio de admisión no es económico. No necesitas realizar una gran inversión para estudiar con nosotros. Eso sí, para titularte en TECH pondremos al límite tu inteligencia y tu capacidad para resolver problemas. Nuestro listón académico está muy alto...

**95%**

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países de habla hispana, de tal manera que podrás crear una gran red de contactos útil para tu 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.



“

*“Elige nuestro programa y especialízate con el mejor equipo docente y los materiales más actualizados del momento”*

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 Global University.

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

# 04 Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar tus capacidades directivas y de liderazgo en el ámbito de las clínicas dentales, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa, serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



“

*Te TECH te enseñaremos a dirigir  
estratégicamente una clínica dental”*



**TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos  
Trabajan conjuntamente para conseguirlos**

El MBA en Dirección de Clínicas Dentales te capacitará para:

01

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

02

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

03

Profesionalizar el sector clínico-dental, mediante la especialización continuada y específica en el sector de la gestión y dirección empresarial

04

Describir la situación actual y tendencias futuras de los modelos de gestión y dirección de negocio clínico-dentales tanto a nivel nacional como internacional para ser capaz de definir objetivos y estrategias diferenciadoras y de éxito

05

Familiarizarse con la terminología y conceptos específicos del ámbito de la gestión y dirección empresarial para su aplicación eficaz en negocios clínico-dentales





06

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

08

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



09

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

07

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

10

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

11

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

14

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

12

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

13

Desarrollar un método eficaz para la gestión de equipos, toma de decisiones y resolución de conflictos en base al modelo de inteligencia emocional y las técnicas del coaching organizacional

15

Diseñar procedimientos de trabajo enfocados en un modelo de productividad y calidad de la clínica dental, basados en la filosofía de la mejora continua



16

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

18

Dominar las principales herramientas del ámbito financiero para facilitar una toma de decisiones clave basada en datos objetivos

19

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

17

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

20

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



05

# Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Dirección de Clínicas Dentales, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada en base a la metodología didáctica más innovadora.



“

*Dirige con éxito una clínica dental tras adquirir los conocimientos que te ofrece este completísimo MBA”*

01

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

04

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

02

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

05

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

03

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

06

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

07

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

10

Organizar e implementar la función de compras en una clínica

08

Saber desarrollar la mejor estrategia de negocio en función de los objetivos a alcanzar

11

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

09

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

12

Controlar los stocks de una manera eficiente, mejorando así la gestión del capital inmovilizado



13

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







14

Desarrollar la profesión odontológica desde unas bases éticas y morales

# 06

## Estructura y contenido

El MBA en Dirección de Clínicas Dentales es un programa a tu medida que se imparte en formato 100% online para que elijas el momento y lugar que mejor se adapten a tu 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 sienta las bases para tu éxito como director de un centro educativo.



“

*Desarrolla las habilidades precisas para llevar hasta el éxito a las clínicas dentales en las que desarrolles tu profesión. Y, para ayudarte a conseguirlo, en TECH te ofrecemos este completísimo plan de estudios”*

## Plan de estudios

El MBA en Dirección de Clínicas Dentales de TECH Global University es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales a nivel sanitario, 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 2.700 horas de estudio, analizarás multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que te permitirá realizar un aprendizaje contextual y profundo que será de gran utilidad para tu práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este MBA trata en profundidad diferentes áreas de los centros de odontología, y está diseñado para especializar a directivos que entiendan la alta dirección desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para ti, enfocado a tu mejora profesional y que te prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión de clínicas dentales. Un programa que entiende tus necesidades y las de tu negocio mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que te 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 14 módulos:

- |                  |   |
|------------------|---|
| <b>Módulo 1</b>  | Pilares de la gestión de clínicas dentales                |
| <b>Módulo 2</b>  | Diseño de una clínica dental                              |
| <b>Módulo 3</b>  | Introducción al marketing                                 |
| <b>Módulo 4</b>  | Marketing 2.0   |
| <b>Módulo 5</b>  | El valor del capital humano                               |
| <b>Módulo 6</b>  | Gestión de equipos  |
| <b>Módulo 7</b>  | Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental         |
| <b>Módulo 8</b>  | Gestión de compras y almacén                              |
| <b>Módulo 9</b>  | Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales           |
| <b>Módulo 10</b> | Odontología dental  |
| <b>Módulo 11</b> | Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas |
| <b>Módulo 12</b> | Dirección de Personas y Gestión del Talento               |
| <b>Módulo 13</b> | Dirección Económico-Financiera                            |
| <b>Módulo 14</b> | <i>Management Directivo</i>                               |



### ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH te ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, podrás acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que te permitirá autogestionar tú mismo tu tiempo de estudio.

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

## Módulo 1. Pilares de la gestión de clínicas dentales

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| <b>1.1. Introducción a la gestión de clínicas dentales</b><br>1.1.1. Concepto de gestión<br>1.1.2. Finalidad de la gestión | <b>1.2. La visión empresarial de la clínica dental</b><br>1.2.1. Definición de empresa: enfoque de la clínica dental como empresa de servicios<br>1.2.2. Elementos de la empresa aplicados a clínicas dentales | <b>1.3. La figura del directivo</b><br>1.3.1. Descripción del puesto directivo en las clínicas dentales<br>1.3.2. Las funciones del directivo | <b>1.4. Formas de organización empresarial</b><br>1.4.1. El propietario<br>1.4.2. La persona jurídica como titular de una clínica dental |
| <b>1.5. Conocimiento del sector clínico-dental</b>   | <b>1.6. Terminología y conceptos clave de gestión y dirección de empresas</b>  | <b>1.7. Modelos de éxito actuales de clínicas dentales</b>  |  |

## Módulo 2. Diseño de una clínica dental

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <b>2.1. Introducción y objetivos</b>  | <b>2.2. Situación actual del sector clínico-dental</b><br>2.2.1. Ámbito nacional<br>2.2.2. Ámbito internacional   | <b>2.3. Evolución del sector clínico-dental y sus tendencias</b><br>2.3.1. Ámbito nacional<br>2.3.2. Ámbito internacional  | <b>2.4. Análisis de competencia</b><br>2.4.1. Análisis de precios<br>2.4.2. Análisis de diferenciación |
| <b>2.5. Análisis DAFO</b>   | <b>2.6. Cómo diseñar el modelo Canvas de una clínica dental</b><br>2.6.1. Segmento de clientes<br>2.6.2. Necesidades<br>2.6.3. Soluciones<br>2.6.4. Canales<br>2.6.5. Propuesta de valor<br>2.6.6. Estructura de ingresos<br>2.6.7. Estructura de costos<br>2.6.8. Ventajas competitivas<br>2.6.9. Métricas clave | <b>2.7. Método de validación de su modelo de negocio: ciclo <i>Lean Startup</i></b><br>2.7.1. Caso 1: validación de su modelo en la etapa de creación<br>2.7.2. Caso 2: aplicación del método para innovar en su modelo actual | <b>2.8. La importancia de validar y mejorar el modelo de negocio de su clínica dental</b>              |
| <b>2.9. Cómo definir la propuesta de valor de nuestra clínica dental</b>      | <b>2.10. Misión, visión y valores</b><br>2.10.1. Misión<br>2.10.2. Visión<br>2.10.3. Valores  | <b>2.11. Definición del paciente objetivo</b>  | <b>2.12. Localización óptima de mi clínica</b><br>2.12.1. Distribución en planta                       |
| <b>2.13. Dimensionamiento óptimo de la plantilla</b>                          | <b>2.14. Importancia de un modelo de contratación acorde a la estrategia definida</b>   | <b>2.15. Claves para definir la política de precios</b>  | <b>2.16. Financiación externa vs. Financiación interna</b>   |
| <b>2.17. Análisis de estrategia de un caso de éxito de una clínica dental</b> |   |  |  |

### Módulo 3. Introducción al Marketing

#### 3.1. Fundamentos principales del Marketing

- 3.1.1. Variables básicas del Marketing
- 3.1.2. Evolución del concepto de Marketing
- 3.1.3. El Marketing como sistema de intercambio

#### 3.2. Nuevas tendencias del Marketing

- 3.2.1. Evolución y futuro del Marketing

#### 3.3. Inteligencia emocional aplicada al Marketing

- 3.3.1. Qué es la inteligencia emocional
- 3.3.2. Cómo aplicar la inteligencia emocional en tu estrategia de Marketing

#### 3.4. El Marketing social y la responsabilidad social corporativa

#### 3.5. Marketing interno

- 3.5.1. Marketing tradicional (Marketing mix)
- 3.5.2. Marketing de recomendación
- 3.5.3. Marketing de contenidos

#### 3.6. Marketing externo

- 3.6.1. Marketing operativo
- 3.6.2. Marketing estratégico
- 3.6.3. *Inbound* Marketing
- 3.6.4. *Email* Marketing
- 3.6.5. Marketing de *Influencers*

#### 3.7. Marketing interno vs. Marketing externo

#### 3.8. Técnicas de fidelización de pacientes

- 3.8.1. La importancia de la fidelización de pacientes
- 3.8.2. Herramientas digitales aplicadas a la fidelización de pacientes

### Módulo 4. Marketing 2.0

#### 4.1. La importancia del *Branding* para la diferenciación

- 4.1.1. Identidad visual
- 4.1.2. Las etapas del *Branding*
- 4.1.3. *Branding* como estrategia de diferenciación
- 4.1.4. Arquetipos de *Jung* para dar personalidad a tu marca

#### 4.2. La web y el blog corporativo de la clínica dental

- 4.2.1. Claves de una web efectiva y funcional
- 4.2.2. Elección del tono de voz de los canales de comunicación
- 4.2.3. Ventajas de tener un blog corporativo

#### 4.3. Uso efectivo de las redes sociales

- 4.3.1. La importancia de la estrategia en redes sociales
- 4.3.2. Herramientas de automatización para las redes sociales

#### 4.4. Uso de la mensajería instantánea

- 4.4.1. Importancia de una comunicación directa con tus pacientes
- 4.4.2. Canal para promociones personalizadas o mensajes masivos

#### 4.5. Importancia de la narrativa transmedia en la comunicación 2.0

#### 4.6. Cómo crear bases de datos a través de la comunicación

#### 4.7. *Google Analytics* para medir el impacto de tu comunicación 2.0

#### 4.8. Análisis de la situación

- 4.8.1. Análisis de la situación externa
- 4.8.2. Análisis de la situación interna

#### 4.9. Determinación de objetivos

- 4.9.1. Puntos clave en el establecimiento de objetivos

#### 4.10. Elección de estrategias

- 4.10.1. Tipos de estrategias

#### 4.11. Plan de acción

#### 4.12. Presupuestos

- 4.12.1. Asignación presupuestaria
- 4.12.2. Previsión de resultados

#### 4.13. Métodos de control y seguimiento



**Módulo 5. El valor del capital humano**

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| <p><b>5.1. Introducción a la gestión de los recursos humanos</b></p>  | <p><b>5.2. Cultura de empresa y clima laboral</b></p>  | <p><b>5.3. El equipo</b><br/>                     5.3.1. El equipo odontólogo<br/>                     5.3.2. El equipo auxiliar<br/>                     5.3.3. Administración y dirección</p>   | <p><b>5.4. Organigrama en nuestra clínica dental</b><br/>                     5.4.1. Organigrama de la clínica: jerarquía<br/>                     5.4.2. Descripción de los departamentos del organigrama<br/>                     5.4.3. Descripción de los puestos de cada departamento<br/>                     5.4.4. Asignación de tareas de cada puesto<br/>                     5.4.5. Coordinación de los departamentos</p> |
| <p><b>5.5. Introducción a la gestión laboral y de recursos humanos</b></p>  | <p><b>5.6. Estrategias para la incorporación de capital humano</b><br/>                     5.6.1. Estrategia de selección del personal<br/>                     5.6.2. Estrategia de contratación</p> | <p><b>5.7. Políticas de retribución</b><br/>                     5.7.1. Retribución fija<br/>                     5.7.2. Retribución variable</p>   | <p><b>5.8. Estrategia de retención del talento</b><br/>                     5.8.1. Qué es la retención del talento<br/>                     5.8.2. Ventajas de retener el talento en una clínica dental<br/>                     5.8.3. Formas de retener el talento</p>   |
| <p><b>5.9. Estrategia de gestión de las ausencias</b><br/>                     5.9.1. La importancia de la planificación para la gestión de ausencias<br/>                     5.9.2. Formas de gestionar las ausencias en una clínica dental</p> | <p><b>5.10. La relación laboral</b><br/>                     5.10.1. El contrato de trabajo<br/>                     5.10.2. Tiempo de trabajo</p>   | <p><b>5.11. Modalidades de contratación</b><br/>                     5.11.1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo<br/>                     5.11.2. Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo<br/>                     5.11.3. Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo</p> | <p><b>5.12. Gestión de nóminas</b><br/>                     5.12.1. Gestoría: el aliado inteligente del odontólogo<br/>                     5.12.2. Cotización a la seguridad social<br/>                     5.12.3. Retención del IRPF</p>   |
| <p><b>5.13. Normativa legal</b><br/>                     5.13.1. El sistema de la seguridad social<br/>                     5.13.2. Regímenes de la seguridad social<br/>                     5.13.3. Altas y bajas</p>                           |  |   |  |



**Módulo 6. Gestión de equipos**

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| 6.1. ¿Qué es el liderazgo personal?  | 6.2. La importancia de aplicar la regla del 33%  | 6.3. Ventajas de implantar una cultura de liderazgo en la clínica dental   | 6.4. ¿Qué tipo de liderazgo es mejor para dirigir tu clínica dental?<br>6.4.1. Liderazgo autocrático<br>6.4.2. Liderazgo por objetivos<br>6.4.3. Liderazgo por valores |
| 6.5. Habilidades de liderazgo personales<br>6.5.1. Pensamiento estratégico<br>6.5.2. La importancia de la visión del líder<br>6.5.3. Cómo desarrollar una actitud autocrítica saludable        | 6.6. Habilidades de liderazgo interpersonales<br>6.6.1. La comunicación asertiva<br>6.6.2. La capacidad de delegar<br>6.6.3. Dar y recibir <i>Feedback</i> | 6.7. Inteligencia emocional aplicada a la resolución de conflictos<br>6.7.1. Identificar las emociones básicas de actuar<br>6.7.2. La importancia de la escucha activa<br>6.7.3. La empatía como habilidad personal clave<br>6.7.4. Cómo identificar un secuestro emocional<br>6.7.5. Cómo alcanzar acuerdos "Win-Win" | 6.8. Los beneficios de la técnica de las constelaciones organizacionales   |
| 6.9. Técnicas de motivación para retener el talento<br>6.9.1. El reconocimiento<br>6.9.2. Asignación de responsabilidades<br>6.9.3. Promoción de la salud laboral<br>6.9.4. Ofrecer incentivos | 6.10. La importancia de la evaluación de desempeño   |  |  |

**Módulo 7. Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental**

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| 7.1. Calidad aplicada a los tratamientos ofertados<br>7.1.1. Definición de calidad en odontología<br>7.1.2. Estandarización de procesos en la clínica dental                   | 7.2. Principios de gestión de la calidad<br>7.2.1. Qué es un sistema de gestión de la calidad<br>7.2.2. Beneficios para la organización                           | 7.3. Calidad en el desempeño de tareas<br>7.3.1. Protocolos: definición<br>7.3.2. Protocolos: objetivos de su aplicación<br>7.3.3. Protocolos: beneficios de su aplicación<br>7.3.4. Ejemplo práctico: protocolo de primeras visitas | 7.4. Herramientas de seguimiento y revisión de los protocolos  |
| 7.5. La mejora continua en las clínicas dentales<br>7.5.1. Qué es la mejora continua<br>7.5.2. Fase 1: consultoría<br>7.5.3. Fase 2: aprendizaje<br>7.5.4. Fase 3: seguimiento | 7.6. Calidad en la satisfacción del paciente<br>7.6.1. Encuestas de satisfacción<br>7.6.2. Aplicación de la encuesta de satisfacción<br>7.6.3. Informes de mejora | 7.7. Casos prácticos de calidad en la clínica dental<br>7.7.1. Caso práctico 1: protocolo de gestión de urgencias<br>7.7.2. Caso práctico 2: elaboración de encuesta de satisfacción   | 7.8. Gestión de la seguridad y salud en el trabajo de una clínica dental<br>7.8.1. Importancia de definir las tareas principales en la clínica dental<br>7.8.2. Técnica de productividad "una tarea, un sólo responsable"<br>7.8.3. Gestores de tareas digitales |
| 7.9. Estandarización del tiempo en los tratamientos odontológicos<br>7.9.1. La importancia de recoger datos de tiempo<br>7.9.2. Cómo documentar la estandarización de tiempos  | 7.10. Metodología de la investigación para optimizar procesos de calidad  | 7.11. Descripción del modelo de gestión de calidad para servicios odontológicos  | 7.12. La auditoría sanitaria: fases  |

### Módulo 8. Gestión de compras y almacén

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| 8.1. La importancia de una correcta planificación de compras   | 8.2. Responsabilidades de la función de compras en una clínica dental                    | 8.3. La gestión eficiente de nuestro almacén<br>8.3.1. Costos de almacenaje<br>8.3.2. Inventario de seguridad<br>8.3.3. Registro de entradas y salidas de material         | 8.4. Etapas del proceso de compras<br>8.4.1. Búsqueda de información y planteamiento de alternativas<br>8.4.2. Evaluación y toma de decisión<br>8.4.3. Seguimiento y monitorización |
| 8.5. Formas de ejecutar las cuentas y gestión de cuentas<br>8.5.1. Ajustando el tipo de pedido a nuestras necesidades<br>8.5.2. Gestión de riesgos | 8.6. Relación con el proveedor<br>8.6.1. Tipos de relaciones<br>8.6.2. Política de pagos | 8.7. La negociación en las compras<br>8.7.1. Conocimientos y habilidades necesarios<br>8.7.2. Etapas del proceso de negociación<br>8.7.3. Consejos para negociar con éxito | 8.8. La calidad en las compras<br>8.8.1. Beneficios para el conjunto de la clínica<br>8.8.2. Parámetros de medida   |
| 8.9. Indicadores de eficiencia   | 8.10. Nuevas tendencias en la gestión de compras   |  |   |

### Módulo 9. Costos y finanzas aplicados a clínicas dentales

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| 9.1. Principios básicos de economía   | 9.2. El balance<br>9.2.1. Composición del balance<br>9.2.2. Activo<br>9.2.3. Pasivo<br>9.2.4. Patrimonio neto<br>9.2.5. Interpretación del balance  | 9.3. La cuenta de resultados<br>9.3.1. Composición de la cuenta de resultados<br>9.3.2. Interpretación de la cuenta de resultados  | 9.4. Introducción a la contabilidad de costos |
| 9.5. Beneficios de su aplicación  | 9.6. Costos fijos en la clínica dental<br>9.6.1. Definición de costos fijos<br>9.6.2. Costos fijos de una clínica dental tipo<br>9.6.3. Coste/hora del profesional  | 9.7. Costos variables en la clínica dental<br>9.7.1. Definición de costos variables<br>9.7.2. Costos variables de una clínica dental tipo  | 9.8. Coste/hora de una clínica dental         |
| 9.9. El escandallo de tratamientos  | 9.10. Beneficio del tratamiento   | 9.11. Estrategia de <i>Pricing</i>   | 9.12. Introducción                            |
| 9.13. Las facturas y otros documentos de pago<br>9.13.1. La factura: significado y contenido mínimo<br>9.13.2. Otros documentos de pago | 9.14. Gestión de cobros y pagos<br>9.14.1. Organización administrativa<br>9.14.2. La gestión de cobros y pagos<br>9.14.3. El presupuesto de tesorería<br>9.14.4. Análisis abc de pacientes<br>9.14.5. Los impagados | 9.15. Modalidades de financiación externa<br>9.15.1. Financiación bancaria<br>9.15.2. <i>Leasing</i> (arrendamiento financiero)<br>9.15.3. Diferencias entre <i>Leasing</i> y <i>Renting</i><br>9.15.4. Descuento de efectos comerciales | 9.16. Análisis de liquidez de su clínica      |
| 9.17. Análisis de rentabilidad de su clínica  | 9.18. Análisis de endeudamiento   |  |   |

**Módulo 10. Odontología dental**
**10.1. Conceptos básicos**

- 10.1.1. Definición y objetivos
- 10.1.2. Ámbito de aplicación
- 10.1.3. Acto clínico
- 10.1.4. El dentista

**10.2. Principios generales**

- 10.2.1. Principio de igualdad de los pacientes
- 10.2.2. Prioridad de los intereses del paciente
- 10.2.3. Deberes vocacionales del dentista

**10.3. La atención del paciente**

- 10.3.1. Trato con el paciente
- 10.3.2. El paciente menor de edad
- 10.3.3. Libertad de elección del facultativo
- 10.3.4. Libertad de aceptación y rechazo de pacientes

**10.4. La historia clínica**
**10.5. Información al paciente**

- 10.5.1. Derecho del paciente a la información clínica
- 10.5.2. Consentimiento informado
- 10.5.3. Informes clínicos

**10.6. El secreto profesional**

- 10.6.1. Concepto y contenido
- 10.6.2. Extensión de la obligación
- 10.6.3. Excepciones al mantenimiento del secreto profesional
- 10.6.4. Archivos informáticos

**10.7. Publicidad**

- 10.7.1. Requisitos básicos de la publicidad profesional
- 10.7.2. Mención de títulos
- 10.7.3. Publicidad profesional
- 10.7.4. Actuaciones con posible efecto publicitario

**Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas**
**11.1. Globalización y Gobernanza**

- 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

**11.2. Liderazgo**

- 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
- 11.2.2. Liderazgo en las empresas
- 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

**11.3. *Cross Cultural Management***

- 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 11.3.3. Gestión de la Diversidad

**11.4. Desarrollo directivo y liderazgo**

- 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 11.4.2. Concepto de Liderazgo
- 11.4.3. Teorías del Liderazgo
- 11.4.4. Estilos de Liderazgo
- 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
- 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

**11.5. Ética empresarial**

- 11.5.1. Ética y Moral
- 11.5.2. Ética Empresarial
- 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

**11.6. Sostenibilidad**

- 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Las empresas sostenibles

**11.7. Responsabilidad Social de la Empresa**

- 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

**11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable**

- 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

**11.9. Multinacionales y derechos humanos**

- 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

**11.10. Entorno legal y *Corporate Governance***

- 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

**Módulo 12.** Dirección de Personas y Gestión del Talento

**12.1. Dirección Estratégica de personas**

- 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 12.1.2. Dirección estratégica de personas

**12.2. Gestión de recursos humanos por competencias**

- 12.2.1. Análisis del potencial
- 12.2.2. Política de retribución
- 12.2.3. Planes de carrera/sucesión

**12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño**

- 12.3.1. La gestión del rendimiento
- 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

**12.4. Innovación en gestión del talento y las personas**

- 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 12.4.3. Fidelización y retención
- 12.4.4. Proactividad e innovación

**12.5. Motivación**

- 12.5.1. La naturaleza de la motivación
- 12.5.2. La teoría de las expectativas
- 12.5.3. Teorías de las necesidades
- 12.5.4. Motivación y compensación económica

**12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño**

- 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

**12.7. Gestión del cambio**

- 12.7.1. Gestión del cambio
- 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

**12.8. Negociación y gestión de conflictos**

- 12.8.1. Negociación
- 12.8.2. Gestión de Conflictos
- 12.8.3. Gestión de Crisis

**12.9. Comunicación directiva**

- 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 12.9.2. Departamentos de Comunicación
- 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

**12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento**

- 12.10.1. La productividad
- 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

**Módulo 13. Dirección Económico-Financiera****13.1. Entorno Económico**

- 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 13.1.2. Instituciones financieras
- 13.1.3. Mercados financieros
- 13.1.4. Activos financieros
- 13.1.5. Otros entes del sector financiero

**13.2. Contabilidad Directiva**

- 13.2.1. Conceptos básicos
- 13.2.2. El Activo de la empresa
- 13.2.3. El Pasivo de la empresa
- 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 13.2.5. La Cuenta de Resultados

**13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence***

- 13.3.1. Fundamentos y clasificación
- 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto

**13.4. Presupuesto y Control de Gestión**

- 13.4.1. El modelo presupuestario
- 13.4.2. El Presupuesto de Capital
- 13.4.3. La Presupuesto de Explotación
- 13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
- 13.4.6. Seguimiento del Presupuesto

**13.5. Dirección Financiera**

- 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 13.5.2. El departamento financiero
- 13.5.3. Excedentes de tesorería
- 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

**13.6. Planificación Financiera**

- 13.6.1. Definición de la planificación financiera
- 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 13.6.4. El cuadro *Cash Flow*
- 13.6.5. El cuadro de circulante

**13.7. Estrategia Financiera Corporativa**

- 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial

**13.8. Financiación Estratégica**

- 13.8.1. La autofinanciación
- 13.8.2. Ampliación de fondos propios
- 13.8.3. Recursos Híbridos
- 13.8.4. Financiación a través de intermediarios

**13.9. Análisis y planificación financiera**

- 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
- 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad

**13.10. Análisis y resolución de casos/problemas**

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

**Módulo 14. *Management* Directivo****14.1. General Management**

- 14.1.1. Concepto de General Management
- 14.1.2. La acción del Manager General
- 14.1.3. El Director General y sus funciones
- 14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección

**14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques**

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

**14.3. Dirección de operaciones**

- 14.3.1. Importancia de la dirección
- 14.3.2. La cadena de valor
- 14.3.3. Gestión de calidad

**14.4. Oratoria y formación de portavoces**

- 14.4.1. Comunicación interpersonal
- 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 14.4.3. Barreras en la comunicación

**14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional**

- 14.5.1. La comunicación interpersonal
- 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 14.5.3. La comunicación en la organización
- 14.5.4. Herramientas en la organización

**14.6. Comunicación en situaciones de crisis**

- 14.6.1. Crisis
- 14.6.2. Fases de la crisis
- 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

**14.7. Preparación de un plan de crisis**

- 14.7.1. Análisis de posibles problemas
- 14.7.2. Planificación
- 14.7.3. Adecuación del personal

**14.8. *Branding* Personal**

- 14.8.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 14.8.2. Leyes del branding personal
- 14.8.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

**14.9. Liderazgo y gestión de equipos**

- 14.9.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 14.9.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 14.9.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 14.9.4. Gestión de Equipos Multiculturales

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



#### 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

El MBA en Dirección de Clínicas Dentales es un programa dirigido a profesionales del área empresarial especializados en el trabajo en clínicas dentales, que quieran actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.



“

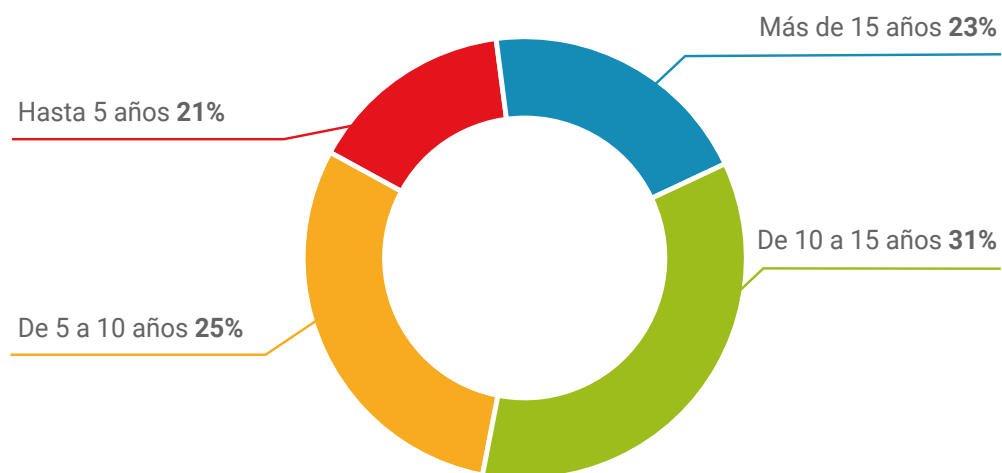
*“Nuestro programa te dará las claves para poder ejercitarte con éxito en la dirección de clínicas dentales”*



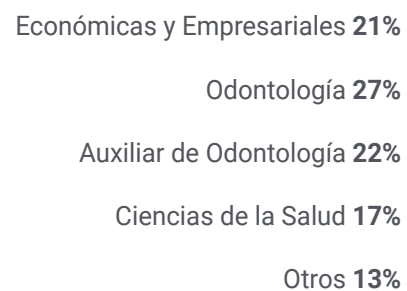
### Edad media

Entre **35** y **45** años

### Años de experiencia



### Formación

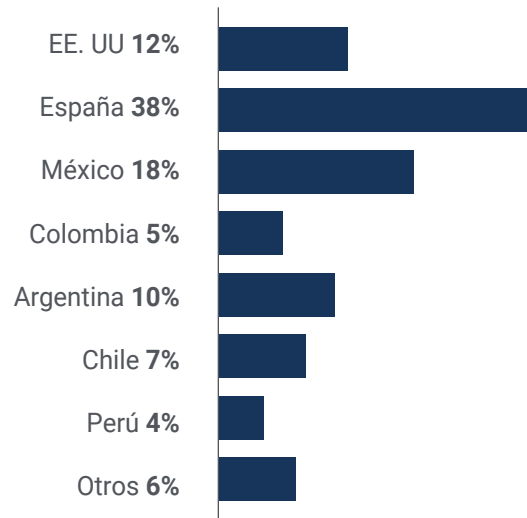


### Perfil académico



## Distribución geográfica

---



## Mónica Mendoza

---

Directora de una clínica dental

*“Gracias a este programa he podido adquirir el conocimiento específico que necesitaba para gestionar clínicas dentales de manera eficiente. La calidad del contenido y del profesorado han sido indispensables para poder realizar el programa con éxito y su novedosa metodología me ha permitido aprender de manera sencilla”*

09

# Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en la dirección de clínicas dentales, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el MBA de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.



“

*“En TECH contamos con el equipo docente más especializado del mercado”*

## Directora Invitada Internacional

Chyree Heirs-Alexandre es Especialista en **Gestión de la Salud Pública** y cuenta con una dilatada experiencia en el manejo de operaciones de consultorios médicos. Como Directora del **Centro Médico Familiar de Worcester** en Estados Unidos ha trabajado por mejorar la salud y bienestar de los habitantes de esta ciudad. En particular, ha ofrecido su ayuda a las poblaciones con culturas diversas, proporcionando acceso a **servicios sociales** y a la **atención primaria**. Su objetivo es garantizar unos cuidados asequibles, de calidad y completos, independientemente de la capacidad de pago de los pacientes.

Su continuo compromiso con la **Salud Pública** le ha llevado a defender que los servicios sanitarios y las políticas estén orientadas a garantizar el bienestar y la calidad de vida. En esta línea, ocupó el cargo de **Directora Asistente** en la **Gestión de Consultorio** en el **Centro de Salud de Brockton Neighborhood**. En este puesto, impulsó sus habilidades de coordinación de las actividades que se llevan a cabo en centros médicos.

Como especialista en este sector, Heirs-Alexandre tiene el objetivo de proporcionar una administración sanitaria eficiente, basada en las últimas herramientas y estrategias organizativas. En este sentido, ha trabajado en una amplia variedad de áreas para **promover la salud** y **prevenir enfermedades en las comunidades**. En concordancia con ello, en 2020 participó en las labores de vacunación durante la pandemia de COVID-19, garantizando el acceso de todas las personas a la inmunización frente a esta enfermedad.

Algunas de sus principales funciones han sido colaborar en programas de **prevención de enfermedades** y **promoción de hábitos saludables**, entre otros. Por otra parte, Chyree Heirs-Alexandre ejerce como **Directora asociada** y **Responsable de Operaciones** en la Escuela de Odontología de Harvard. En este puesto, se encarga de la gestión de las actividades diarias y el personal de apoyo del centro.



## Dña. Heirs-Alexandre, Chyree

---

- ♦ Directora Responsable de Operaciones en la Escuela de Odontología de Harvard, Boston, Estados Unidos
- ♦ Fundadora de la empresa Orchids in Bloom Credentialing
- ♦ Directora de Operaciones Clínicas en el Family Health Center de Worcester
- ♦ Directora Asistente de Gestión de Consultorio en el Brockton Neighborhood Health Center
- ♦ Coordinadora de Credenciales en Stamford Health
- ♦ Especialista en Credenciales en NextGen Healthcare
- ♦ Coordinadora de Operaciones Sanitarias en el Centro de Restauración de Venas-Industria Médica Corporativa
- ♦ Asistente Clínico en el Hospital Stamford
- ♦ Máster en Salud Pública por la Universidad Southern New Hampshire
- ♦ Graduada en Administración Sanitaria por el Charter Oak State College

“

*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 **sintetizar 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”*

## Director Invitado Internacional

El Doctor Eric Nyquist es un destacado profesional en el ámbito **deportivo internacional**, que ha construido una carrera impresionante, destacando por su **liderazgo estratégico** y su capacidad para impulsar el cambio y la **innovación** en **organizaciones deportivas** de primer nivel.

De hecho, ha desempeñado roles de alto cargo, como el de **Director de Comunicaciones e Impacto** en **NASCAR**, con sede en **Florida, Estados Unidos**. Con muchos años de experiencia a sus espaldas en esta entidad, el Doctor Nyquist también ha ocupado varios puestos de liderazgo, incluyendo **Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico** y **Director General de Asuntos Comerciales**, gestionando más de una docena de disciplinas que van desde el **desarrollo estratégico** hasta el **Marketing de entretenimiento**.

Asimismo, Nyquist ha dejado una marca significativa en las **franquicias deportivas** más importantes de Chicago. Como **Vicepresidente Ejecutivo** de las franquicias de los **Chicago Bulls** y los **Chicago White Sox** ha demostrado su capacidad para impulsar el **éxito empresarial y estratégico** en el mundo del **deporte profesional**.

Finalmente, cabe destacar que inició su carrera en el **ámbito deportivo** mientras trabajaba en Nueva York como **analista estratégico principal** para Roger Goodell en la **Liga Nacional de Fútbol (NFL)** y, anteriormente, como **Pasante Jurídico** en la **Federación de Fútbol de Estados Unidos**.





## D. Nyquist, Eric

---

- Director de Comunicaciones e Impacto en NASCAR, Florida, Estados Unidos
- Vicepresidente Sénior de Desarrollo Estratégico en NASCAR
- Vicepresidente de Planificación Estratégica en NASCAR
- Director General de Asuntos Comerciales en NASCAR
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago White Sox
- Vicepresidente Ejecutivo en las Franquicias Chicago Bulls
- Gerente de Planificación Empresarial en la Liga Nacional de Fútbol (NFL)
- Asuntos Comerciales/Pasante Jurídico en la Federación de Fútbol de Estados Unidos
- Doctor en Derecho por la Universidad de Chicago
- Máster en Administración de Empresas-MBA por la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago
- Licenciado en Economía Internacional por Carleton College

“

*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!”*

## Dirección



### D. Guillot, Jaime

- ♦ Emprendedor e Inversor Web3
- ♦ CEO Mergelina Inversiones
- ♦ Chief Operating Officer de Demium Startups
- ♦ Cofundador y director de estrategia de Hikaru VR Agency
- ♦ Cofundador y director general de Drone Spain
- ♦ Cofundador de IMBS Escuela de Negocios
- ♦ 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)
- ♦ Gestor Operativo. BBVA
- ♦ Formador en programas de liderazgo y gestión emocional en empresa
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. UPV
- ♦ Especialización Industrial
- ♦ Formado en idiomas como inglés, alemán y chino
- ♦ Voluntario de la Asociación de Atención Educativa a Personas con Necesidades Específicas



### **D. Gil, Andrés**

- ♦ Experto en Innovación y Dirección Estratégica
- ♦ Director-Gerente en la Clínica Pilar Roig Odontología
- ♦ Cofundador y CEO en MedicalDays
- ♦ Diplomado en Dirección Odontológica y Gestión Clínica. DentalDoctors Institute
- ♦ Diplomado en Contabilidad de Costes. Cámara de Comercio de Valencia
- ♦ Ingeniero Agrónomo. UPV
- ♦ Máster en Gestión y Dirección. Universidad Estatal de Michigan
- ♦ Cursado en Contabilidad. Centro de Estudios Financieros
- ♦ Cursado en Liderazgo y Dirección de Equipos. César Piqueras

## Profesores

### Dña. Fortea Paricio, Anna

- Coach Profesional Internacional, Experta en Coaching Ejecutivo y de Empresas
- Neurocoach Profesional
- Presidenta en Asociación Internacional de Neurocoaching
- Directora en Coaching Connection.es (Revista digital especializada en coaching)
- Socia Fundadora en Co & Co (Coaching & Consulting)
- Fundadora del European Leadership Center
- Fundadora del Centro de Alto Rendimiento Humano Anna Fortea
- Cofundadora de Esexo
- Profesora en varias universidades españolas, en la UAC y en la Universidad Humboldt
- Docente Especialista de la European Law Students' Association (ELSA), facilitando formaciones en colaboración con UNESCO, UNICEF y la ONU
- Voluntaria en la Fundación Josep Carreras
- Voluntaria en la Federación de Ayuda al Pueblo Saharaui
- Licenciada en Derecho por la Universidad de Valencia
- Cursada en Psicología en la UOC y Neurociencias en la UPenn
- Coach profesional certificada a nivel internacional por el Instituto de Alto Rendimiento Humano (IESEC)
- Experta en Comunicación, Negociación, Liderazgo y Autoestima por PsicoActiva
- MBA en Escuela de Negocios CEREM
- Miembro del Grupo de Expertos de la Comisión Europea y la Asociación Nacional de Inteligencia Emocional (ASNIE)





#### **D. Dolz, Juan Manuel**

- Consultor de Digitalización Empresarial
- Director del equipo técnico en Irene Milián Group
- Alta experiencia en creación de empresas
- Cofundador y CTO MedicalDays
- Cofundador y COO Drone Spain
- Cofundador y COO Hikaru VR Agency
- Cofundador HalloValencia
- Licenciado en Administración, Dirección de Empresas y Marketing. Universidad de Valencia
- Beca Freemover, Gestión Internacional, Comunicaciones y Ventas, Liderazgo. Universidad de Berna
- Diplomado en Ciencias Empresariales. Universidad de Valencia
- Formación profesional en Marketing Digital. Internet Startup Camp. UPV

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

# 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. Y, por ello, ponemos todos nuestros esfuerzos y herramientas a tu disposición para que adquieras las habilidades y destrezas necesarias que te permitan lograr ese cambio.







“

*“Nuestro principal reto es ayudarte a generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional”*



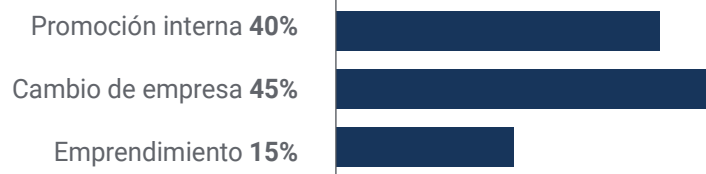
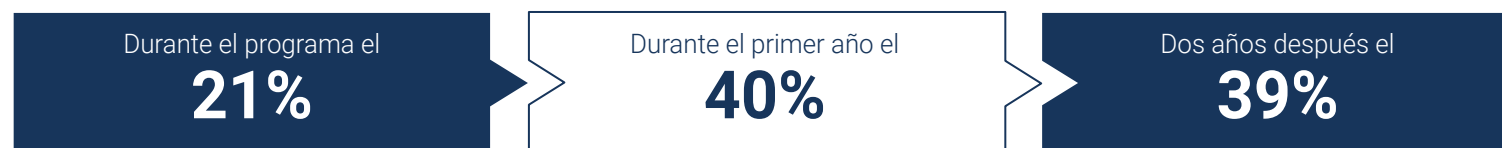
### ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El MBA en Dirección de Clínicas Dentales de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar los retos y decisiones empresariales en el ámbito de las clínicas dentales, tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional. Ayudarte a conseguir el éxito.

Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es tu sitio.

*Nuestro programa de capacitación te permitirá adquirir las habilidades que precisas para ejercer como director de una clínica dental.*

*Si buscas una oportunidad laboral en el ámbito de la dirección de clínicas dentales, en TECH te ofrecemos todos nuestros recursos para que aumentes tus conocimientos en este campo.*



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



“

*“Adquiere los conocimientos necesarios para aportar a tu clínica dental la visión global que necesita para lograr la excelencia”*

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

01

### **Crecimiento del talento y del capital intelectual**

El profesional 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 profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### **Construcción de agentes de cambio**

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 profesional 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 sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

# Titulación

El MBA en Dirección de Clínicas Dentales garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.







“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **MBA en Dirección de Clínicas Dentales** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

**TECH Global University**, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Clínicas Dentales**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



**tech** global university

D/Dña \_\_\_\_\_ con documento de identificación \_\_\_\_\_ ha superado con éxito y obtenido el título de:

**Máster Título Propio MBA en Dirección de Clínicas Dentales**

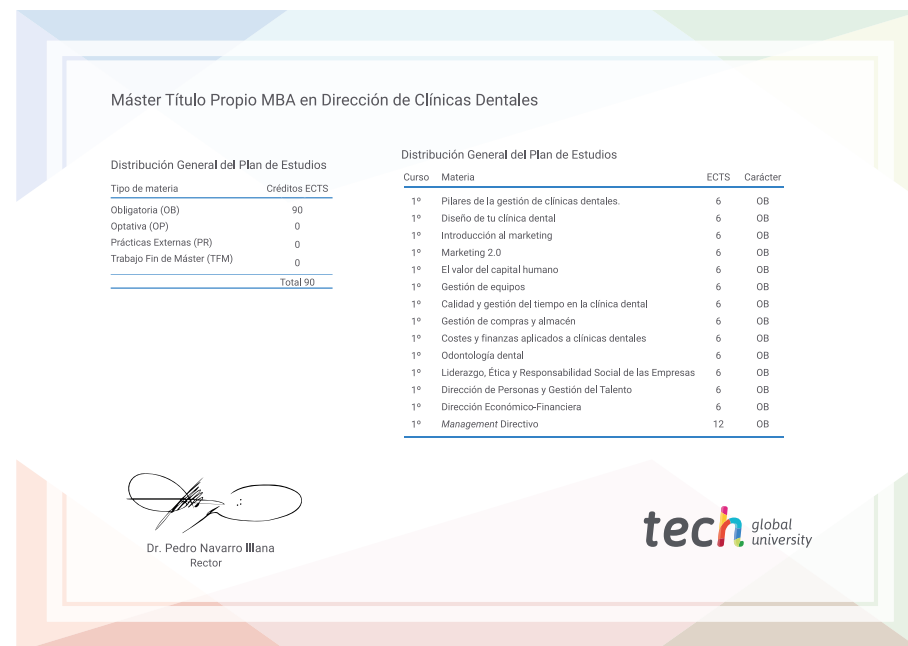
Se trata de un título propio de 2.700 horas de duración equivalente a 90 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024


  
 Dr. Pedro Navarro Illana  
 Rector

código único TECH: AFWOR235 techinstitute.com/titulos



**Máster Título Propio MBA en Dirección de Clínicas Dentales**

| Distribución General del Plan de Estudios |                 | Distribución General del Plan de Estudios |   |      |          |
|---|-----------------|---|---|------|----------|
| Tipo de materia                           | Créditos ECTS   | Curso                                     | Materia   | ECTS | Carácter |
| Obligatoria (OB)                          | 90              | 1º  | Pilares de la gestión de clínicas dentales.               | 6    | OB       |
| Optativa (OP)                             | 0               | 1º  | Diseño de tu clínica dental                               | 6    | OB       |
| Prácticas Externas (PR)                   | 0               | 1º  | Introducción al marketing                                 | 6    | OB       |
| Trabajo Fin de Máster (TFM)               | 0               | 1º  | Marketing 2.0   | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | El valor del capital humano                               | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Gestión de equipos  | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental         | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Gestión de compras y almacén                              | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales           | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Odontología dental  | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Dirección de Personas y Gestión del Talento               | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Dirección Económico-Financiera                            | 6    | OB       |
|   |                 | 1º  | Management Directivo                                      | 12   | OB       |
|   | <b>Total 90</b> |   |   |      |          |

  
 Dr. Pedro Navarro Illana  
 Rector

**tech** global university

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



## Máster Título Propio MBA en Dirección de Clínicas Dentales

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **90 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

# Máster Título Propio

## MBA en Dirección de Clínicas Dentales

