

# Máster Título Propio

MBA en Dirección de Hospitales  
y Servicios de Salud



## Máster Título Propio

### MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud

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

Acceso web: [www.techtitute.com/medicina/master/master-mba-direccion-hospitales-servicios-salud](http://www.techtitute.com/medicina/master/master-mba-direccion-hospitales-servicios-salud)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competencias

---

*pág. 16*

04

Dirección del curso

---

*pág. 20*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 40*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 50*

07

Titulación

---

*pág. 60*

01

# Presentación

El estudio de la gestión de instituciones y organizaciones, puede aportar un grado superior de calidad a la organización de los procesos sanitarios. Este programa está orientado a alcanzar la capacitación de directivos, desarrollando habilidades, técnicas, metodologías y herramientas que promuevan el impulso de su liderazgo, de la gestión de su actividad, y de la dirección de equipos, de manera más eficiente con la última tecnología educativa.



“

*Esta titulación te aportará un enfoque dinámico y multidisciplinar, perfecto para actualizar tus conocimientos en Gestión Hospitalaria y Servicios de Salud”*



Generalmente, cuando un profesional es nombrado gerente de un hospital y no parte de una capacitación adecuada o experiencia previa, tiene carencias de liderazgo y cultura de cambio, así como problemas en la gestión de las relaciones (internas y externas). De este modo, puede presentar dificultades a la hora de las negociaciones y problemas en el manejo financiero, legal y normativo.

Este programa ha sido diseñado para capacitar al egresado de manera que pueda afrontar estos, y muchos otros problemas del día a día en la gestión hospitalaria de forma eficiente, siguiendo las directrices del desarrollo competencial de los directivos y mandos del sector de salud, socio sanitario y social, a partir del documento *Leadership Competencies for Healthcare Services Managers*, de la *International Hospital Federation*. Suma lo mejor de una *Online Business School*, para desarrollar competencias como directivo, junto a las competencias de gestión, comunicación y responsabilidad social y profesional, unidos a la conciencia social y conducta ética, que se exige en un puesto de responsabilidad hospitalaria, eso es lo que se pretende alcanzar en un programa como este. El marcado carácter práctico de los temas facilita que cada uno de ellos transmita su experiencia y su bagaje profesional, haciendo de cada sesión, ante el programa, una oportunidad para ampliar el conocimiento y llevarlo a la acción.

Asimismo, durante la capacitación recibirás 10 *Masterclasses* impartidas por un experto de renombre internacional que posee una dilatada trayectoria en gestión económica y evaluación del rendimiento en hospitales. De esta manera, gracias a esta titulación académica, el egresado adquirirá la pericia en este ámbito. Además, gracias a los contenidos teórico-prácticos más completos y actualizados del mercado, el alumno integrará los conocimientos de manera natural y sencilla. Todo ello a través de una instrucción 100% online que deja de lado las clases presenciales con horarios estipulados, y avanza en pro de una educación eficaz.

Este **MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Capacítate a través de este programa, de la mano de un experto internacional en gestión financiera de centros sanitarios de máximo prestigio”*

“

*Este programa es la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de capacitación por dos motivos: además de habilitarte como gestor sanitario, obtendrás un título por TECH Universidad”*

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

*Podrás realizar el Máster Título Propio de forma 100% online, adaptándose a tus necesidades y facilitándote que puedas cursarlo mientras desarrollas tu actividad asistencial a tiempo completo.*

*Aumenta la calidad de tu gestión con este programa de capacitación, y mejora la atención a los pacientes.*



# 02 Objetivos

Este programa en MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud, ofrece con detalle, una capacitación de vanguardia, desde un punto de vista eminentemente práctico, en una época en la que cobra un papel fundamental la acreditación de los conocimientos, incluyendo las últimas tendencias en *Leadership for Healthcare Services Managers*.







“

*Con este programa, serás capaz de gestionar mejor los recursos, dirigir personas y mejorar los procesos en el centro sanitario”*



## Objetivos generales

- ♦ 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
- ♦ 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
- ♦ 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
- ♦ Mostrar y valorar las iniciativas y experiencias avanzadas de Gestión Clínica y sanitaria
- ♦ Capacitar mediante las habilidades básicas necesarias para mejorar la resolución de problemas y para la toma de decisiones en la Gestión Clínica y asistencial diaria



*Adquiere las competencias necesarias para especializarte en este campo y da un impulso a tu profesión”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Planificación y control de las organizaciones sanitarias

- ♦ Describir, comparar e interpretar características y datos de funcionamiento de los distintos modelos y sistemas de salud
- ♦ Aplicar los conceptos y métodos esenciales de la planificación, organización y dirección de las instituciones de salud
- ♦ Contextualizar la división asistencial y sanitaria en el equipo interdisciplinar y conocer los nuevos retos del sector salud
- ♦ Conocer los distintos actores del Sistema Sanitario, así como sus maneras de interactuar para desarrollar sus actividades en el día a día dentro del Sistema Nacional de Salud
- ♦ Profundizar en el concepto de sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud y en los factores que influyen de manera positiva y negativa en la solvencia del mismo
- ♦ Describir los conflictos de intereses existentes en la interrelación entre los diferentes factores del sistema sanitario

### Módulo 2. Sistemas y políticas de salud

- ♦ Describir los principales modelos de sistemas de salud
- ♦ Conocer y diferenciar los elementos y actores del sistema de salud, así como los tipos de financiación sanitaria establecidos
- ♦ Comprender el derecho a la asistencia sanitaria y conocer la cartera de servicios básica y complementaria
- ♦ Definir el copago y la financiación de los usuarios, así como los efectos de su uso
- ♦ Integrar las nuevas tecnologías de la información como motor de transformación de los sistemas de salud

### Módulo 3. La división médica y asistencial en el sistema de salud

- ♦ Describir cómo alcanzar la citada transformación del sistema sanitario y del modelo asistencial actual, para conseguir que ofrezca mayor calidad asistencial y sea sostenible a medio-largo plazo
- ♦ Superar la fragmentación asistencial con más integración asistencial y de cuidados, no solamente entre la atención primaria y los hospitales, sino entre estos y los servicios sociales
- ♦ Desarrollar mecanismos para hacer efectiva la participación de los pacientes en el sistema sanitario
- ♦ Integrar las TIC como elemento fundamental en la transformación del modelo, como auténtica palanca de la transformación apoyando la estrategia para compartir información clínica

### Módulo 4. Gestión Clínica

- ♦ Facilitar la necesaria coordinación entre las unidades y el seguimiento
- ♦ Ser una clara prioridad de la dirección, ya que, si se desarrolla adecuadamente, es la base de la auténtica mejora continua de la calidad
- ♦ Conocer y comprender los modelos y puntos clave de las unidades de gestión clínica interhospitalarias
- ♦ Conocer las características de las unidades de gestión clínica interhospitalarias (UGCI)
- ♦ Conocer la importancia del liderazgo y el perfil organizativo en las UGCI
- ♦ Conocer los requisitos de los pacientes
- ♦ Conocer puntos clave en la gestión de recursos humanos
- ♦ Conocer cómo se organizan los procesos en las UGCI. El cuadro de mando. Identificar e integrar sinergias
- ♦ Conocer cómo implementar la gestión por objetivos y la visión de la mejora

### **Módulo 5. Gestión de la cronicidad y telemedicina**

- ♦ Comprender la definición y el origen de la telemedicina, su evolución a lo largo de los años y las diferentes tipologías de telemedicina que son accesibles en la actualidad
- ♦ Conocer cuáles son los aspectos claves para introducir proyectos de telemedicina en su organización sanitaria, estudiando tanto los aspectos más valorados por los pacientes, como aquellos que pueden garantizar el éxito en la implantación de un proyecto de telemedicina
- ♦ Descubrir ejemplos sobre servicios de telemedicina implantados actualmente en todo el mundo, así como unas reflexiones finales que invitan a reflexionar sobre las ventajas y los riesgos que pueden conllevar la implantación a gran escala de un sistema sanitario que no conoce de límites geográficos

### **Módulo 6. Gestión de personas y talento**

- ♦ Adquirir conocimientos básicos sobre la evaluación de personas, desarrollo del talento y clima organizacional, que permitan mejorar los resultados en su trabajo
- ♦ Implementar sistemas de evaluación, adquirir habilidades de potenciación de la capacidad y comprometerse con la mejora del clima organizacional

### **Módulo 7. Gestión y evaluación económica**

- ♦ 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
- ♦ 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
- ♦ 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
- ♦ Aplicar los conceptos fundamentales de las técnicas e instrumentos de la evaluación económica que se aplican en los sistemas de salud
- ♦ Determinar las técnicas, estilos y métodos para definir, conducir y liderar las políticas de gestión de profesionales–talentos en las instituciones de salud

- ♦ 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

### **Módulo 8. Gestión de la calidad**

- ♦ Desarrollar la capacidad de analizar las diferentes prestaciones en salud
- ♦ Liderar sistemas de calidad y seguridad del paciente, aplicados al contexto de las unidades de gestión clínica
- ♦ Desarrollar capacidades metodológicas e instrumentales en investigación epidemiológica y evaluación de centros, servicios, tecnologías y programas de salud
- ♦ Aplicar en los distintos tipos de organizaciones y centros de salud los enfoques en acreditación en salud
- ♦ 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
- ♦ Comprender, interpretar y aplicar de forma apropiada las herramientas más adecuadas en cada contexto para la valoración y toma de decisiones clínicas
- ♦ Diseñar y conducir procesos de mejora, innovación y transformación en las unidades, servicios y centros

### **Módulo 9. Dirección por procesos. *Lean-Healthcare***

- ♦ Integrar los conocimientos necesarios para un directivo de la salud sobre qué es un proceso, cómo se gestiona y cómo se implanta la gestión por procesos en una organización
- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para un directivo de la salud sobre la mejora de los procesos
- ♦ Adquirir los conocimientos necesarios para los directivos de la salud sobre las diferentes formas de definir “cómo” se llevan a cabo los procesos



**Módulo 10. Gestión por competencias**

- ♦ Definir el concepto de competencia desde diferentes perspectivas
- ♦ Desarrollar un procedimiento de evaluación del desempeño y cómo llevar a cabo su implantación
- ♦ Aprender a dar un feed back de las profesiones para mejorar su desempeño, su autoevaluación y potenciar sus resultados
- ♦ Aplicar métodos para mejorar el rendimiento mediante la motivación intrínseca y extrínseca
- ♦ Conocer las estrategias comunicativas aplicando diferentes técnicas

**Módulo 11. Seguridad de paciente**

- ♦ Describir los antecedentes y la situación actual de la seguridad del paciente en el sistema sanitario
- ♦ Identificar de forma inequívoca al paciente mediante sistemas de localización y trazabilidad
- ♦ Describir el riesgo de infecciones asociadas a los cuidados enfermeros, así como el cuidado de los accesos venosos y los riesgos de caídas
- ♦ Repasar la definición y clasificación de la infección nosocomial
- ♦ Establecer los cuidados de enfermería ante la infección intrahospitalaria mediante diferentes actividades de vigilancia y los protocolos y procedimientos escritos relacionados con la infección

**Módulo 12. La acreditación de la calidad en salud**

- ♦ Conocer el papel de la acreditación en los programas de gestión de la calidad en salud
- ♦ Repasar la historia de la acreditación de la calidad en salud
- ♦ Conocer los criterios de los modelos de excelencia y el esquema lógico reder
- ♦ Aprender a integrar las normas utilizadas como patrón para la certificación, así como sus principales conflictos teórico-prácticos

**Módulo 13. Gestión del liderazgo**

- ♦ Describir el concepto de liderazgo y establecer los pasos a seguir para el éxito, así como las cualidades y actividades que debe llevar a cabo el líder
- ♦ Estudiar los siete hábitos comunes en las personas con éxito y liderazgo
- ♦ Repasar la motivación intrínseca y extrínseca para establecer las diferencias entre motivación, satisfacción y sus diferentes teorías
- ♦ Aprender a evaluar para la delegación de las tareas y reconocer las funciones no delegables

**Módulo 14. Cambio, toma de decisiones y gestión del tiempo**

- ♦ Identificar, conocer e integrar las habilidades directivas en los procesos diarios de la gestión en salud
- ♦ Manejar bases de datos científicas para realizar la revisión y búsqueda bibliográfica de estudios científicos
- ♦ Realizar un estudio crítico y profundo sobre la atención a la complejidad y cronicidad y la asistencia en el sistema de salud
- ♦ Comunicar los resultados de una investigación después de haber analizado, evaluado y sintetizado los datos

**Módulo 15. La comunicación interna en gestión**

- ♦ Conocer la teoría fundamental de la comunicación
- ♦ Conocer e identificar las dificultades para una comunicación interna efectiva dentro de la organización sanitaria
- ♦ Valorar la importancia de la transparencia interna dentro de la organización
- ♦ Identificar las claves de la comunicación verbal en el cara a cara con los profesionales
- ♦ Aprender a sacar partido a las herramientas tecnológicas y a gestionarlas de forma eficiente
- ♦ Conocer las técnicas básicas de comunicación no verbal
- ♦ Ponderar adecuadamente el uso de la reunión como elemento de comunicación interna y participación en el seno de la organización sanitaria

- ♦ Conocer las claves para un uso eficiente de las reuniones como recurso
- ♦ Identificar los aspectos básicos de la estructura de comités clínicos
- ♦ Conocer las posibilidades del trabajo asíncrono usando las nuevas tecnologías
- ♦ Desarrollar habilidades para sacar el máximo partido a las reuniones
- ♦ Conocer las claves para identificar un conflicto en el seno de la organización y anticiparse a él
- ♦ Interiorizar los aspectos específicos de la conflictividad en el seno de las organizaciones sanitarias
- ♦ Conocer las principales causas de conflicto
- ♦ Adquirir habilidades de gestión del cambio para evitar conflictos derivados de la resistencia al mismo
- ♦ Conocer la metodología básica de la mediación en un conflicto

### Módulo 16. Creación de una marca personal

- ♦ Establecer una estrategia para promocionar la marca personal, entendida como el conjunto de estrategias de marketing enfocadas hacia la persona que quiere conseguir determinados objetivos personales y/o profesionales
- ♦ Aprender a realizar una entrevista de trabajo productiva e integrar métodos para que resulte exitosa

### Módulo 17. Comunicación y marketing en salud

- ♦ Conocer los conceptos básicos del marketing
- ♦ Identificar a los principales referentes históricos y actuales
- ♦ Identificar las peculiaridades del marketing en el mundo de la salud
- ♦ Visualizar la comunicación como un elemento esencial dentro de la organización sanitaria
- ♦ Interiorizar que en el contexto actual la comunicación interna y externa son conceptos entremezclados
- ♦ Fijar la estrategia de comunicación dentro de la estrategia de gestión del conocimiento

- ♦ Identificar la importancia de la simetría de información en el contexto sanitario
- ♦ Conocer los fundamentos del mercado
- ♦ Identificar los agentes del mercado sanitario en el contexto español
- ♦ Comprender el rol de cada agente en las transacciones relacionadas con los servicios de salud

### Módulo 18. Gestión de la docencia y la investigación

- ♦ Introducir al alumno en el valor del método epidemiológico aplicado a las preguntas clínicas, entendiendo así el concepto de epidemiología clínica
- ♦ Definir la característica más importante de los ensayos clínicos en tanto diseño experimental
- ♦ Describir los principales estudios observacionales y sus más importantes medidas de frecuencia de enfermedad y de asociación entre exposición y enfermedad
- ♦ Definir la peculiaridad de los estudios de evaluación diagnóstica y sus indicadores
- ♦ Describir las diferentes modalidades de estudios de pronóstico
- ♦ Explicar los más importantes sesgos posibles en los estudios epidemiológicos
- ♦ Facilitar por parte del alumno la comprensión de actual modelo de investigación biomédica en España, con especial referencia a la Ciencias de la Salud y al papel del Instituto de Salud Carlos III
- ♦ Describir las funciones, actividades y centros del Instituto de Salud Carlos III
- ♦ Introducir al alumno en la actual investigación por programas, traslacional y cooperativa
- ♦ Exponer la trascendencia del nuevo paradigma que supone el *big data* y la Medicina de Sistemas
- ♦ Concienciar al alumno de la importancia del diseño de los proyectos de investigación, tanto en estructura como en rigor
- ♦ Describir brevemente las opciones financiación de investigación en la investigación biomédica
- ♦ Enunciar el valor de la transferencia tecnológica de los resultados de investigación en salud



### **Módulo 19. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas**

- ♦ Analizar el impacto de la globalización en la gobernanza y el gobierno corporativo
- ♦ Evaluar la importancia del liderazgo efectivo en la dirección y éxito de las empresas
- ♦ Definir las estrategias de gestión intercultural y su relevancia en entornos empresariales diversos
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo y entender los desafíos actuales que enfrentan los líderes
- ♦ Determinar los principios y prácticas de la ética empresarial y su aplicación en la toma de decisiones corporativas
- ♦ Estructurar estrategias para la implementación y mejora de la sostenibilidad y la responsabilidad social en las empresas

### **Módulo 20. Dirección Comercial y Marketing Estratégico**

- ♦ Estructurar el marco conceptual y la importancia de la dirección comercial en las empresas
- ♦ Ahondar en los elementos y actividades fundamentales del marketing y su impacto en la organización
- ♦ Determinar las etapas del proceso de planificación estratégica de marketing
- ♦ Evaluar estrategias para mejorar la comunicación corporativa y la reputación digital de la empresa

### **Módulo 21. Management Directivo**

- ♦ Definir el concepto de General Management y su relevancia en la dirección de empresas
- ♦ Evaluar las funciones y responsabilidades del directivo en la cultura organizacional
- ♦ Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y oratoria para la formación de portavoces

# 03

# Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud, el profesional habrá adquirido las competencias profesionales necesarias para la realización de una gestión hospitalaria de calidad y actualizada en base a las últimas tendencias internacionales.





A photograph of a conference table with a microphone and a glass of lemon water. The image is split diagonally, with the top-left portion showing the microphone and glass, and the bottom-right portion being a solid blue background. The text is located in the white area at the bottom right.

“

*Desarrolla tus competencias cursando  
el MBA en Dirección de Hospitales  
y Servicios de Salud”*



## Competencias generales

- ♦ Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- ♦ Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- ♦ Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- ♦ Saber comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- ♦ Adquirir las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

“

*Aprovecha la oportunidad y da el paso para ponerte al día en las últimas tendencias en MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud”*





## Competencias específicas

---

- ♦ Desarrollar la profesión con respeto a otros profesionales de la salud, adquiriendo habilidades para trabajar equipo
- ♦ Reconocer la necesidad de mantener y actualizar la competencia profesional prestando especial importancia al aprendizaje de manera autónoma y continuada de nuevos conocimientos
- ♦ Desarrollar la capacidad de análisis crítico e investigación en el ámbito de su profesión
- ♦ Planificar los servicios y las estructuras de salud desde la visión de la Gestión Clínica, profundizando en las diferencias de los modelos y experiencias organizativas del Sistema Nacional de Salud, y de otras entidades de proyección internacional, aportando las tendencias y necesidades futuras del sistema de salud
- ♦ Determinar las herramientas y recursos de Gestión Clínica y de salud, favoreciendo tanto la mejor calidad asistencial posible, como la gestión óptima de los recursos asistenciales disponibles, incluyendo tanto costes sociales como económicos, con la base de la continuidad asistencial
- ♦ Mejorar la atención a la complejidad y cronicidad, mediante la adquisición de la información necesaria sobre la interrelación y coordinación con el área de salud
- ♦ Incorporar las novedades sobre contratos programa en un área de salud, así como el diseñar los presupuestos y el posterior control del gasto, valorando e interpretando resultados financieros y socioeconómicos, de los diversos procesos clínicos
- ♦ Evaluar la división médica y asistencial con criterios bioéticos y de buen gobierno de salud, de forma multidisciplinar e interdisciplinar
- ♦ Realizar las funciones de gestor sanitario, generando la reflexión crítica individual y colectiva de cada estilo de trabajo, propio y en equipo en el entorno organizativo en salud
- ♦ Adquirir los fundamentos y principios de economía de la salud, aplicados al ámbito de la Gestión Clínica, la gestión de profesionales-talentos y la gestión económica
- ♦ Desarrollar una gestión actualizada de los usuarios-pacientes-clientes con los principales elementos y sistemas de la gestión de calidad asistencial y la seguridad clínica, mejorando la satisfacción y fidelidad tanto de las personas-pacientes-clientes, como de los profesionales que las atienden y su entorno laboral
- ♦ Definir y usar los conceptos básicos de Gestión Clínica y asistencial, para la organización de los diversos servicios de hospitalización, servicios centrales, servicios especiales y servicios de apoyo hospitalarios, así como de atención primaria y atención ambulatoria, en un entorno de gestión de pacientes complejos y crónicos
- ♦ Describir los agentes en el ámbito de la salud y sus relaciones actuales y futuras con los profesionales de la salud y, especialmente médicos, así como los principales aspectos de nuestro sistema de salud, con sus desarrollos actuales y futuros
- ♦ Aplicar herramientas de gestión del liderazgo, toma de decisiones y, en suma, habilidades directivas, incluso favoreciendo la generación de una adecuada "marca personal" y partiendo desde la comunicación y Marketing, tanto externo a la organización de salud, como interno de la misma



# 04

## Dirección del curso

TECH impulsa la excelencia académica de todos sus programas integrando cuadros docentes de primer nivel. Este Máster Título Propio no es la excepción y, por eso, el itinerario académico cuenta con expertos de máximo prestigio en el área de la Dirección de Hospitales y Servicios de Salud. Estos especialistas acumulan una trayectoria de excelencia en diversas instituciones sanitarias y han conseguido sacar el mayor provecho de las herramientas de gestión, administración y organización de recursos humanos que se aplican en este ámbito. Además, los renombrados miembros de este claustro han elegido de forma meticulosa todas las materias que se impartirán a través de la titulación universitaria.







“

*No pierdas esta oportunidad de adquirir competencias avanzadas junto a los mejores expertos en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud”*

## Directora Invitada Internacional

La Doctora Leslie K. Breitner es una **especialista de renombre internacional**, con una destacada trayectoria en los campos de **administración de empresas, gestión sin fines de lucro y atención médica**. Su carrera profesional e investigativa se ha centrado en analizar el impacto de las iniciativas que mejoran la **calidad de los sistemas financieros en organizaciones sanitarias**. En ese sentido, sus principales contribuciones han estado relacionadas a la **educación y el liderazgo**, llegando a colaborar con numerosas instituciones pedagógicas en la creación de programas de capacitación para directivos.

Por otro lado, es coautora de los populares libros de contabilidad *Essentials of Accounting*, (10th Edition) y *Essentials of Accounting Review*. En estos volúmenes, la experta refleja sus amplios conocimientos sobre **gestión económica, elaboración de presupuestos y medición del rendimiento en hospitales**. Asimismo, muchos de los estudios y aportes que se recogen en sus diferentes publicaciones, han contado con el apoyo subvencionado del **Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos**.

Del mismo modo, la Doctora Breitner es **egresada de la Universidad de Boston** y colabora como especialista en la Universidad McGill de Montreal en Canadá. En ese último centro **fundó el programa de Máster Internacional de Liderazgo en Salud (IMHL por sus siglas en inglés)** y fungió como **Codirectora Académica de Posgrado en Gestión de la Atención Médica**. Igualmente, imparte conferencias de modo frecuente en las Universidades de Harvard, Washington y Seton Hall.

La experiencia profesional de la Doctora Breitner ha sido reconocida en numerosas ocasiones, recibiendo lauros de importantes organismos e instituciones universitarias de todo el mundo. Entre otras distinciones, ostenta con el **Premio Beekhuis** de la Escuela de Graduados de Administración de Simmons College y es **miembro de honor** de la división de Boston de la **Sociedad Beta Gamma Sigma**.



## Dra. Breitner, Leslie

---

- ♦ Directora de Programas en la Facultad de Gestión Sanitaria de la Universidad McGill, Montreal, Canadá
- ♦ Especialista en Administración de Empresas Hospitalarias
- ♦ Directora del Máster Internacional en Liderazgo Sanitario
- ♦ Codirectora Académica del Posgrado en Gestión de la Atención Médica
- ♦ Supervisor del programa de prácticas de investigación para licenciados Mitacs-Accelerate
- ♦ Colaboración con UNICEF en Formación sobre Presupuesto y Análisis Fiscal
- ♦ Doctora en Administración de Empresas (DBA) por la Escuela Superior de Gestión de la Universidad de Boston
- ♦ Máster en Administración de Empresas (MBA) por la Escuela de Postgrado en Gestión del Simmons 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 **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!”*

05

# Estructura y contenido

La estructura del plan de estudios ha sido diseñada por un equipo de profesionales, conocedor de las implicaciones de la capacitación de dirección y Gestión Clínica, conscientes de la relevancia de la actualidad de la capacitación, y comprometidos con la enseñanza de calidad, mediante las nuevas tecnologías educativas.





“

*Este MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud, contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado”*



## Módulo 1. Planificación y control de las organizaciones sanitarias

- 1.1. El proceso de planificación estratégica
  - 1.1.1. Misión, visión y valores
  - 1.1.2. El ciclo de la Planificación estratégica. Plan estratégico y líneas estratégicas
  - 1.1.3. Planificación y mejora continua de la calidad. Ventajas de la planificación
  - 1.1.4. Análisis interno y análisis competitivo del entorno. Benchmarking
- 1.2. Dirección por valores y objetivos
  - 1.2.1. Planificación Operativa. Obtención de objetivos a partir de las líneas estratégicas
  - 1.2.2. Tipos de objetivos. Metas
  - 1.2.3. Dirección por valores y objetivos: planes de gestión
  - 1.2.4. Evaluación del plan Estratégico y Operativo
- 1.3. Teoría organizacional aplicada a la sanidad
  - 1.3.1. Tipos de organización
  - 1.3.2. Comportamiento organizacional. Estudios
  - 1.3.3. Características de la organización pública
  - 1.3.4. Nuevos modelos organizacionales. Organizaciones líquidas y matriciales
- 1.4. Dirección y gestión
  - 1.4.1. El proceso directivo
  - 1.4.2. Órganos colegiados de dirección
  - 1.4.3. Estilos de dirección
- 1.5. Los actores del sistema nacional de salud
  - 1.5.1. Planificadores, Financiadores, Proveedores y Gestores, relaciones y diferencias
  - 1.5.2. Control e inspección
  - 1.5.3. El ciudadano: cliente y paciente. Asociaciones de pacientes
  - 1.5.4. Los profesionales: sindicatos y sociedades profesionales
  - 1.5.5. Los activistas: plataformas ciudadanas y grupos de presión
- 1.6. La organización del futuro
  - 1.6.1. Entorno organizacional
  - 1.6.2. Gestión del conocimiento como motor de la organización del futuro
  - 1.6.3. Hospitales y centros sanitarios innovadores

## Módulo 2. Sistemas y políticas de salud

- 2.1. Sistemas de salud
  - 2.1.1. Principales modelos de sistemas de salud. Comparación y resultados
  - 2.1.2. El sistema de salud en España
  - 2.1.3. Sistemas de Salud Modelo Beverige SMS: ejemplo
  - 2.1.4. Sistemas de Salud modelo Bismark de aseguramiento: ejemplos
  - 2.1.5. Evolución de los distintos sistemas de salud
- 2.2. Financiación y provisión sanitaria
  - 2.2.1. Financiación de los sistemas de salud. Aportación pública
  - 2.2.2. El derecho a la asistencia en salud: cartera de servicios básica y complementaria
  - 2.2.3. Diferentes modelos de provisión en un SNS. Provisión privada
  - 2.2.4. Copago y financiación de los usuarios
- 2.3. El Sistema Nacional de Salud
  - 2.3.1. Ley general de Sanidad y estructuras básicas de salud
  - 2.3.2. Servicios de Salud de las CCAAS y coordinación territorial. El consejo Interterritorial de Salud
  - 2.3.3. Comparación de los servicios de salud de las CCAA organización, financiación y recursos
- 2.4. Evolución y otros aspectos de los sistemas de salud
  - 2.4.1. Atención a la complejidad y la cronicidad
  - 2.4.2. Las tecnologías de la información como motor de transformación de los sistemas de salud
  - 2.4.3. Promoción de la salud y educación para la salud. Prevención
  - 2.4.4. La salud pública tradicional y su evolución
  - 2.4.5. La coordinación o integración en salud. El concepto de Espacio Sociosanitario
- 2.5. Alternativas a los modelos de gestión tradicional
  - 2.5.1. Descripción de las nuevas formas de gestión del SNS de titularidad pública y colaboración público-privada mapa de nuevos modelos de gestión en España
  - 2.5.2. Evaluación de los nuevos modelos de gestión. Resultados y experiencias

### Módulo 3. La división médica y asistencial en el sistema de salud

- 3.1. Dirección médica clásica vs dirección asistencial
  - 3.1.1. Estructura y contenido de los órganos de dirección de un sistema de salud. Organigramas actuales y futuros alternativos
  - 3.1.2. Facultativos como directivos: desde consejeros a directores asistenciales y gerentes pasando por direcciones generales
  - 3.1.3. Preparación y aportación de valor
  - 3.1.4. División médica: áreas críticas
  - 3.1.5. Diferentes estructuras organizativas de la división médica
- 3.2. Sistemas de información para la gestión e historia clínica electrónica
  - 3.2.1. Cuadros de Mandos
  - 3.2.2. Historia Clínica electrónica
  - 3.2.3. Sistemas de prescripción asistida
  - 3.2.4. CMBD, CIE
  - 3.2.5. Otros sistemas de información útiles en gestión de salud
- 3.3. Continuidad asistencial: Integración Atención Primaria - Hospitalaria – Sociosanitaria
  - 3.3.1. La necesidad de la integración asistencial
  - 3.3.2. Organizaciones sanitarias integradas. Bases iniciales
  - 3.3.3. Arrancar una OSI
- 3.4. La bioética y humanización en la práctica médica
  - 3.4.1. Principios de la bioética
  - 3.4.2. Los comités de ética en las organizaciones de salud
  - 3.4.3. La humanización de la atención de salud
- 3.5. Dirección médica y asistencial: relaciones con la división de enfermería
  - 3.5.1. Herramientas para la gestión del conocimiento en la dirección clínica y asistencial
  - 3.5.2. Dirección médica y asistencial: relaciones con la división de enfermería
- 3.6. Salud pública, promoción de salud y Eps para direcciones asistenciales
  - 3.6.1. Salud Pública concepto y ámbito
  - 3.6.2. Promoción de la salud y educación para la salud
  - 3.6.3. Programas de Prevención tipos
- 3.7. Transformación del modelo sanitario. La triple meta
  - 3.7.1. Estrategia de continuidad asistencial
  - 3.7.2. Estrategia sociosanitaria
  - 3.7.3. Eficiencia, salud y experiencia del paciente

### Módulo 4. Gestión Clínica

- 4.1. Definición y regulación de la gestión clínica
  - 4.1.1. Diferentes definiciones y visiones de la gestión Clínica
  - 4.1.2. Diferentes decretos y regulaciones de la Gestión Clínica
  - 4.1.3. Niveles de autonomía
- 4.2. Procesos y protocolos en gestión clínica. Manejo de la evidencia científica
  - 4.2.1. Tipos y clasificación de evidencia científica
  - 4.2.2. Protocolos, guías de práctica clínica, vías clínicas: diferencias
  - 4.2.3. Grade y rutas asistenciales
- 4.3. Sistemas de clasificación de pacientes
  - 4.3.1. Sistemas de clasificación de pacientes
  - 4.3.2. Análisis de la dependencia de los pacientes. Escalas y clasificación de dependencia
  - 4.3.3. Cálculo de plantilla/efectivos en función de la clasificación de pacientes. Distribución de cargas de trabajo
- 4.4. Modelos y unidades en gestión clínica
  - 4.4.1. Tipos de Unidades de gestión clínica
  - 4.4.2. Unidades mixtas atención primaria y especializada
  - 4.4.3. Unidades interservicios
  - 4.4.4. Unidades interhospitalarias
- 4.5. Prescripción farmacológica prudente. Prescripción electrónica
  - 4.5.1. Prescripción prudente: Choosing Wisely
  - 4.5.2. Estrategias “no hacer”
- 4.6. Prescripción de pruebas complementarias
  - 4.6.1. Prescripción prudente vs. Medicina defensiva
  - 4.6.2. Auditorias de prescripción y seguimiento de la prescripción: resultados

### Módulo 5. Gestión de la cronicidad y telemedicina

- 5.1. Gestión del paciente complejo y crónico
  - 5.3.1. Cronic Care Model y estratificación poblacional. Kaiser Permanente
  - 5.3.2. Gestión de grupos de población en riesgo. Control de la enfermedad compleja y/o crónica en el domicilio
  - 5.3.3. Cronicidad y atención Socio sanitaria

- 5.2. Experiencias en el empoderamiento del paciente: el paciente activo, escuela de pacientes
  - 5.2.1. Modelo de Paciente activo. Universidad de Stanford
  - 5.2.2. Programa de educación en autocuidados. Experiencias internacionales y en España
  - 5.2.3. Las escuelas de pacientes
  - 5.2.4. El empoderamiento del paciente y la aportación enfermera
- 5.3. Telemedicina
  - 5.3.1. Servicios implantados en la actualidad y perspectivas de futuro

## Módulo 6. Gestión de personas y talento

- 6.1. Derechos y deberes. Retribuciones
  - 6.1.1. Estatuto de los trabajadores. Derechos y Deberes
  - 6.1.2. El personal Estatutario y funcionario. Situaciones del Personal Estatutario. Régimen Disciplinario. Incompatibilidades
  - 6.1.3. Retribuciones del personal funcionario y estatutario
  - 6.1.4. El personal laboral en las administraciones públicas y en los centros privados
  - 6.1.5. Los sindicatos. Representación, Participación y Negociación Colectiva. Las juntas de personal y los comités de empresa
- 6.2. Jornada de trabajo en las unidades y servicios
  - 6.2.1. Jornada de Trabajo; Permisos y Licencias personal estatutario y funcionario
  - 6.2.2. Convenios colectivos en el sector salud
  - 6.2.3. Sistema de trabajo a turnos y guardias. Sistemas de planificación de turnos. Rotaciones. Atención continuada
  - 6.2.4. Gestión de efectivos en función de la demanda asistencial
- 6.3. Herramientas para la empleabilidad en el ámbito público y privado
  - 6.3.1. Ofertas de Empleo Público. Tipos de ofertas. Baremos de méritos
  - 6.3.2. Sistemas de selección de personal en el sector privado
  - 6.3.3. Los ceses o despidos, motivación justificación y comunicación de los mismos
- 6.4. Evaluación de personas y desarrollo del talento. Clima social e institucional
  - 6.4.1. Planes de acogida, mentorización y despedida
  - 6.4.2. Detección y desarrollo del talento
  - 6.4.3. Clima institucional y social: medición y mejora
- 6.5. Cálculos de plantillas y de rendimientos
  - 6.5.1. Estimación de necesidades de plantillas
  - 6.5.2. Cálculo de plantillas
  - 6.5.3. Asignar tiempo de actividad asistencial

- 6.6. Visibilidad en gestión clínica y asistencial: blogs y redes
  - 6.6.1. La revolución digital en la práctica asistencial y la gestión clínica. Descripción de las nuevas herramientas digitales. Cómo mejorar la visibilidad
  - 6.6.2. Experiencias en redes y blogs de profesionales de salud
- 6.7. Profesionales de la salud y tipos de relaciones
  - 6.7.1. La revolución digital en la práctica asistencial y la gestión clínica. Descripción de las nuevas herramientas digitales
  - 6.7.2. Experiencias en redes y blogs de profesionales de salud

## Módulo 7. Gestión y evaluación económica

- 7.1. Cálculo de costes
  - 7.1.1. Ponderación y cálculo de los costes en salud
    - 7.1.1.1. Coste/Beneficio
    - 7.1.1.2. Coste/Utilidad
    - 7.1.1.3. Coste/Productividad
- 7.2. Bases contables
  - 7.2.1. Bases generales de la contabilidad
  - 7.2.2. ¿Qué es un Presupuesto? Tipos de presupuestación y de gestión financiera
  - 7.2.3. Presupuesto retrospectivo de ingresos y gastos
  - 7.2.4. Presupuesto prospectivo público por capítulos
  - 7.2.5. Legislación pública sobre presupuestos
- 7.3. Presupuestos y compras
  - 7.3.1. Gestión de compras. Comisiones de compras y adquisición de bienes
  - 7.3.2. Sistemas de aprovisionamiento integrado. Centralización de compras
  - 7.3.3. Gestión de la contratación de servicios públicos: Concursos, concursos
  - 7.3.4. Contratación en el sector privado
  - 7.3.5. Logística de los suministros
- 7.4. Eficiencia y sostenibilidad del sistema de salud
  - 7.4.1. Situación financiera del sistema de salud público la crisis de sostenibilidad
  - 7.4.2. Gasto para ganar en salud. Comparativa de inversiones para ganar más salud
  - 7.4.3. Control del gasto en el sistema de salud público

- 7.5. Modelos de financiación
  - 7.5.1. Financiación en base a presupuesto histórico y actividad
  - 7.5.2. Financiación capitativa
  - 7.5.3. Financiación por GRD y Procesos, pago por acto
  - 7.5.4. Incentivos a los profesionales en función de la financiación
- 7.6. Acuerdos de gestión
  - 7.6.1. Acuerdos de gestión. Definición y modelos
  - 7.6.2. Evolución y evaluación de un acuerdo de gestión

## Módulo 8. Gestión de la calidad

- 8.1. La calidad en Salud
  - 8.1.1. Definiciones de calidad y evolución histórica del concepto. Dimensiones de la calidad
  - 8.1.2. Ciclo de evaluación y mejora de la calidad
  - 8.1.3. Modelo EFQM de mejora de la calidad. Implantación
  - 8.1.4. Normas ISO y modelos de acreditación externa de la calidad
- 8.2. Programas de calidad asistencial
  - 8.2.1. Círculos de la calidad
  - 8.2.2. Estrategias de mejora continua de la calidad
  - 8.2.3. LEAN

## Módulo 9. Dirección por procesos. *Lean-Healthcare*

- 9.1. La gestión de los “qué”: Gestión de procesos y gestión por procesos
  - 9.1.1. Bases conceptuales
  - 9.1.2. La gestión por procesos
- 9.2. La gestión de los “cómo”
  - 9.2.1. Procesos asistenciales
  - 9.2.2. Procesos asistenciales integrados
  - 9.2.3. Procedimientos
  - 9.2.4. Procedimiento normalizado de trabajo (PNT)
  - 9.2.5. Protocolos
  - 9.2.6. Guías de práctica clínica. Método grade. Instrumento AGREE
  - 9.2.7. Vías clínicas
  - 9.2.8. Guías de cuidados

- 9.3. La mejora de los procesos
  - 9.3.1. La mejora continua de los procesos. Ciclo PDCA
  - 9.3.2. Reingeniería de los procesos
  - 9.3.3. Otros métodos para la mejora de procesos

## Módulo 10. Gestión por competencias

- 10.1. La evaluación del desempeño. Gestión por competencias
  - 10.1.1. Definición de las competencias
  - 10.1.2. Procedimiento de la Evaluación del Desempeño. Implantación
  - 10.1.3. Feedback de las profesiones para mejorar su desempeño y autoevaluación
  - 10.1.4. Diseño de un itinerario formativo para el desarrollo competencial
- 10.2. Métodos y técnicas
  - 10.2.1. La entrevista de evaluación. Instrucciones para el evaluador
  - 10.2.2. Principales errores comunes y barreras en la evaluación
  - 10.2.3. La entrevista motivacional
  - 10.2.4. La pirámide de Miller

## Módulo 11. Seguridad de paciente

- 11.1. Seguridad de paciente. Evolución histórica
  - 11.1.1. Introducción y Definición. Antecedentes y situación actual
  - 11.1.2. Estudios básicos sobre seguridad del paciente
- 11.2. Infección nosocomial
  - 11.2.1. Definición y clasificación. Evolución Estudios EPINE
  - 11.2.2. Redes y programas de vigilancia y control de la infección de la hospitalaria
  - 11.2.3. Asepsia, desinfección y esterilización
- 11.3. Prevención
  - 11.3.1. Prevención y detección de acontecimientos adversos relacionados con la atención en salud
  - 11.3.2. AMFE: (análisis modal de fallos y efectos). Análisis causa/raíz
- 11.4. Sistemas de notificación y registro
  - 11.4.1. Sistemas de notificación y registro de eventos adversos
- 11.5. Segundas y terceras víctimas
  - 11.5.1. Los profesionales de la salud ante los efectos adversos
  - 11.5.2. La trayectoria de recuperación y el apoyo emocional
  - 11.5.3. El impacto en la imagen corporativa

## Módulo 12. La acreditación de la calidad en salud

- 12.1. La acreditación en salud
  - 12.1.1. Peculiaridades de la acreditación de servicios de salud
  - 12.1.2. El valor de estar acreditado. Beneficios sobre la organización y los pacientes
  - 12.1.3. La acreditación en salud en los servicios clínicos
- 12.2. Joint Commision International
  - 12.2.1. Criterios y fases del proceso
- 12.3. Modelo EFQM
  - 12.3.1. Concepto de autoevaluación
  - 12.3.2. Los planes de mejora
  - 12.3.3. Ejemplo de implantación del modelo EFQM en un hospital y en un área de salud
- 12.4. Acreditación ISO
  - 12.4.1. Definición y criterios generales
  - 12.4.2. La ISO 9001
  - 12.4.3. La ISO 14001
  - 12.4.4. Otros tipos de ISO de relevancia en el sector de salud

## Módulo 13. Gestión del liderazgo

- 13.1. El liderazgo en el equipo
  - 13.1.1. Teorías sobre la naturaleza y origen de la autoridad: concepción tradicional o institucional. Concepción funcional. Concepción conductista. Concepción integradora
  - 13.1.2. Autoridad y Poder, tipos de poder
  - 13.1.3. El Liderazgo. Componentes del liderazgo y tipos
  - 13.1.4. Cómo fabricar un líder
  - 13.1.5. Modelos de liderazgo nuevos. Situacional y líder coach
  - 13.1.6. El término staff, esquema jerárquico funcional, distintos tipos de staff, conceptos de línea y staff; teorías, Influencia de las culturas en el liderazgo
- 13.2. La motivación
  - 13.2.1. Los Agentes Motivadores. Motivación intrínseca y extrínseca
  - 13.2.2. Diferencias entre Motivación y satisfacción y sus diferentes Teorías
  - 13.2.3. Evidencia disponible sobre cómo motivar a los profesionales

- 13.3. La delegación
  - 13.3.1. ¿Qué significa delegar? Formas de delegación formas para evaluar la delegación, Tareas y funciones no delegables
  - 13.3.2. Actitudes personales ante la delegación. Pautas para una delegación eficaz
- 13.4. Coaching directivo
  - 13.4.1. El coaching. Tipos de coaching
  - 13.4.2. Beneficios en el ámbito organizativo y aplicaciones al sector salud. Ejemplos

## Módulo 14. Cambio, toma de decisiones y gestión del tiempo

- 14.1. Toma de decisiones
  - 14.1.1. La decisión como proceso organizativo
  - 14.1.2. Fases del proceso de decisión
  - 14.1.3. Características de toda decisión
- 14.2. El proceso de la decisión
  - 14.2.1. Proceso de Decisión Centralizada, Proceso de Toma de Decisiones Individual, Proceso de Toma de Decisiones en Grupo
  - 14.2.2. Principio de factor limitante. Eficacia y eficiencia en los costes en el proceso de la toma de decisiones
  - 14.2.3. Elección de la mejor solución. Priorización. Árbol de decisión
- 14.3. Gestión del tiempo, del estrés y de la felicidad
  - 14.3.1. Técnicas para la gestión del tiempo, de la agenda personal y la compatibilidad con la vida personal
  - 14.3.2. Técnicas de control del estrés y para favorecer la felicidad personal y profesional

## Módulo 15. La comunicación interna en gestión

- 15.1. La comunicación
  - 15.1.1. Comunicación e información. El proceso de la comunicación. Elementos de la comunicación. Requisitos de la comunicación. Barreras de la comunicación
  - 15.1.2. Formas e instrumentos de la comunicación. Comunicación verbal. Comunicación no verbal. Comunicación escrita
- 15.2. Las reuniones
  - 15.2.1. Técnicas para hacer reuniones provechosas. La preparación de las reuniones y el tipo de reuniones. Selección de participantes
  - 15.2.2. Los comités y comisiones asistenciales y técnicas en hospitales, centros y áreas de salud
  - 15.2.3. Negociación. Tipos de estrategias: la asertividad. Estrategia win-win



- 15.3. Gestión de conflictos
  - 15.3.1. Conflictos posibles en organizaciones de salud. Estrategias preventivas
  - 15.3.2. La gestión de conflictos. Mediación

## Módulo 16. Creación de una marca personal

- 16.1. El perfil público
  - 16.1.1. Presentarnos al mundo. Nuestra huella digital
  - 16.1.2. Perfil profesional en redes sociales profesionales
  - 16.1.3. Reputación digital. Las referencias positivas
  - 16.1.4. La carta de presentación
- 16.2. La Entrevista para optar a un puesto de gestión
  - 16.2.1. Cómo afrontar una entrevista
  - 16.2.2. Mensajes de nuestro cuerpo ante una entrevista. La kinesia

## Módulo 17. Comunicación y marketing en salud

- 17.1. El Marketing y las redes sociales
  - 17.1.1. Definición del término. Las dimensiones del marketing. Misión y ciclos del marketing. Herramientas del marketing
  - 17.1.2. ¿Paciente, cliente, usuario? El marketing enfocado a los usuarios de la sanidad pública
  - 17.1.3. Planificación de marketing externo en un centro privado
  - 17.1.4. El Cliente interno. Plan de Marketing y comunicación interna en instituciones de salud
  - 17.1.5. Gestión de la presencia institucional en redes. Facebook
  - 17.1.6. Uso de Twitter por la organización
  - 17.1.7. Uso de LinkedIn por la organización y a nivel profesional
  - 17.1.8. Uso de otras redes: instagram, tumbler, etc
- 17.2. La comunicación en las organizaciones
  - 17.2.1. Sistemas de comunicación en las organizaciones. Intranet/internet
  - 17.2.2. La comunicación específica en las instituciones de salud. Hospitales
  - 17.2.3. Premios de salud. Presentación de candidaturas
  - 17.2.4. Organización de Jornadas, Congresos y otros actos docentes
  - 17.2.5. Gestión de la comunicación local: prensa

- 17.2.6. Gestión de la comunicación local: radio
- 17.2.7. Gestión de la comunicación local: televisión
- 17.2.8. Gestión de la comunicación nacional: prensa especializada en salud
- 17.2.9. Conflictos externos. Crisis informativas por malas noticias y su gestión
- 17.3. Relaciones con agentes sociales, usuarios y proveedores
  - 17.3.1. La comunicación con la ciudadanía, asociaciones de pacientes y de consumidores–usuarios
  - 17.3.2. La comunicación con los dirigentes políticos, los propietarios–accionistas y los proveedores
  - 17.3.3. Colaboración con la industria farmacéutica
  - 17.3.4. Internacionalización del sector salud. Turismo de salud
- 17.4. Responsabilidad Social Corporativa. Buen Gobierno Sanitario
  - 17.4.1. La RSC en sanidad. Planes Estratégicos de RSC en las organizaciones. Buen gobierno de salud: Transparencia desde la empresa pública y la empresa privada
  - 17.4.2. Gestión ambiental y eficiencia energética en instituciones en sanidad
  - 17.4.3. Cooperación al desarrollo a través de instituciones de salud
  - 17.4.4. El trabajo en Red. Alianzas estratégicas
  - 17.4.5. El portal del paciente. Promoción de la salud y prevención de la enfermedad a través de Internet

## Módulo 18. Gestión de la docencia y la investigación

- 18.1. Metodología de la investigación: Epidemiología y diseños de estudios de investigación y sesgos
  - 18.1.1. Epidemiología y epidemiología clínica
  - 18.1.2. Principales diseños de estudios en investigación clínica
  - 18.1.3. Calidad de los estudios: fiabilidad y validez. Sesgos
- 18.2. Fuentes de información para la investigación y estrategias de búsqueda
  - 18.2.1. Preguntas clínicas de investigación
  - 18.2.2. Fuentes de información
  - 18.2.3. Dónde y cómo buscar la información
  - 18.2.4. Búsqueda
  - 18.2.5. Bases de datos

- 18.3. Lectura crítica de artículos
  - 18.3.1. Fases de la lectura crítica
  - 18.3.2. Herramientas para la lectura crítica
  - 18.3.3. Principales errores
- 18.4. Proyectos de investigación: recursos financieros. Desarrollo de productos y patentes
  - 18.4.1. Modelo español de investigación biomédica
  - 18.4.2. Diseño de un proyecto de investigación
  - 18.4.3. Financiación de la investigación
  - 18.4.4. Explotación de los resultados de investigación
- 18.5. Comunicación y divulgación de la investigación
  - 18.5.1. Informes de investigación
  - 18.5.2. Elección de la revista donde publicar
  - 18.5.3. Algunas recomendaciones de estilo

## Módulo 19. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 19.1. Globalización y Gobernanza
  - 19.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
  - 19.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
  - 19.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 19.2. *Cross Cultural Management*
  - 19.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
  - 19.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
  - 19.2.3. Gestión de la Diversidad
- 19.3. Ética empresarial
  - 19.3.1. Ética y Moral
  - 19.3.2. Ética Empresarial
  - 19.3.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 19.4. Sostenibilidad
  - 19.4.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
  - 19.4.2. Agenda 2030
  - 19.4.3. Las empresas sostenibles

- 19.5. Responsabilidad Social de la Empresa
  - 19.5.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
  - 19.5.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
  - 19.5.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 19.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
  - 19.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
  - 19.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
  - 19.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
  - 19.6.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 19.7. Multinacionales y derechos humanos
  - 19.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
  - 19.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
  - 19.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 19.8. Entorno legal y *Corporate Governance*
  - 19.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
  - 19.8.2. Propiedad intelectual e industrial
  - 19.8.3. Derecho Internacional del Trabajo

## Módulo 20. Dirección Comercial y Marketing Estratégico

- 20.1. Dirección comercial
  - 20.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
  - 20.1.2. Estrategia y planificación comercial
  - 20.1.3. El rol de los directores comerciales
- 20.2. Marketing digital y comercio electrónico
  - 20.2.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
  - 20.2.2. Marketing Digital y medios que emplea
  - 20.2.3. Comercio electrónico. Contexto general
  - 20.2.4. Categorías del comercio electrónico
  - 20.2.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional
- 20.3. Marketing digital para reforzar la marca
  - 20.3.1. Estrategias online para mejorar la reputación de tu marca
  - 20.3.2. *Branded Content & Storytelling*

- 20.4. Marketing digital para captar y fidelizar clientes
  - 20.4.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
  - 20.4.2. *Visitor Relationship Management*
  - 20.4.3. Hipersegmentación
- 20.5. Gestión de campañas digitales
  - 20.5.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
  - 20.5.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
  - 20.5.3. Errores de las campañas de publicidad digital
- 20.6. Estrategia de ventas
  - 20.6.1. Estrategia de ventas
  - 20.6.2. Métodos de ventas
- 20.7. Comunicación Corporativa
  - 20.7.1. Concepto
  - 20.7.2. Importancia de la comunicación en la organización
  - 20.7.3. Tipo de la comunicación en la organización
  - 20.7.4. Funciones de la comunicación en la organización
  - 20.7.5. Elementos de la comunicación
  - 20.7.6. Problemas de la comunicación
  - 20.7.7. Escenarios de la comunicación
- 20.8. Comunicación y reputación digital
  - 20.8.1. Reputación online
  - 20.8.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
  - 20.8.3. Herramientas de reputación online
  - 20.8.4. Informe de reputación online
  - 20.8.5. *Branding* online
- 21.1. *General Management*
  - 21.1.1. Concepto de *General Management*
  - 21.1.2. La acción del Manager General
  - 21.1.3. El Director General y sus funciones
  - 21.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 21.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
  - 21.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 21.3. Dirección de operaciones
  - 21.3.1. Importancia de la dirección
  - 21.3.2. La cadena de valor
  - 21.3.3. Gestión de calidad
- 21.4. Oratoria y formación de portavoces
  - 21.4.1. Comunicación interpersonal
  - 21.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
  - 21.4.3. Barreras en la comunicación
- 21.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
  - 21.5.1. La comunicación interpersonal
  - 21.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
  - 21.5.3. La comunicación en la organización
  - 21.5.4. Herramientas en la organización
- 21.6. Comunicación en situaciones de crisis
  - 21.6.1. Crisis
  - 21.6.2. Fases de la crisis
  - 21.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 21.7. Preparación de un plan de crisis
  - 21.7.1. Análisis de posibles problemas
  - 21.7.2. Planificación
  - 21.7.3. Adecuación del personal
- 21.8. Inteligencia emocional
  - 21.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
  - 21.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
  - 21.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 21.9. Liderazgo y gestión de equipos
  - 21.9.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
  - 21.9.2. Capacidades y desafíos del líder
  - 21.9.3. Gestión de Procesos de Cambio
  - 21.9.4. Gestión de Equipos Multiculturales

## Módulo 21. *Management* Directivo

06

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.





“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*



## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



### Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

*El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”*

## Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



## Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

*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.*



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



*La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”*

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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



## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### Material de estudio

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

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



#### Prácticas de habilidades y competencias

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



#### Resúmenes interactivos

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

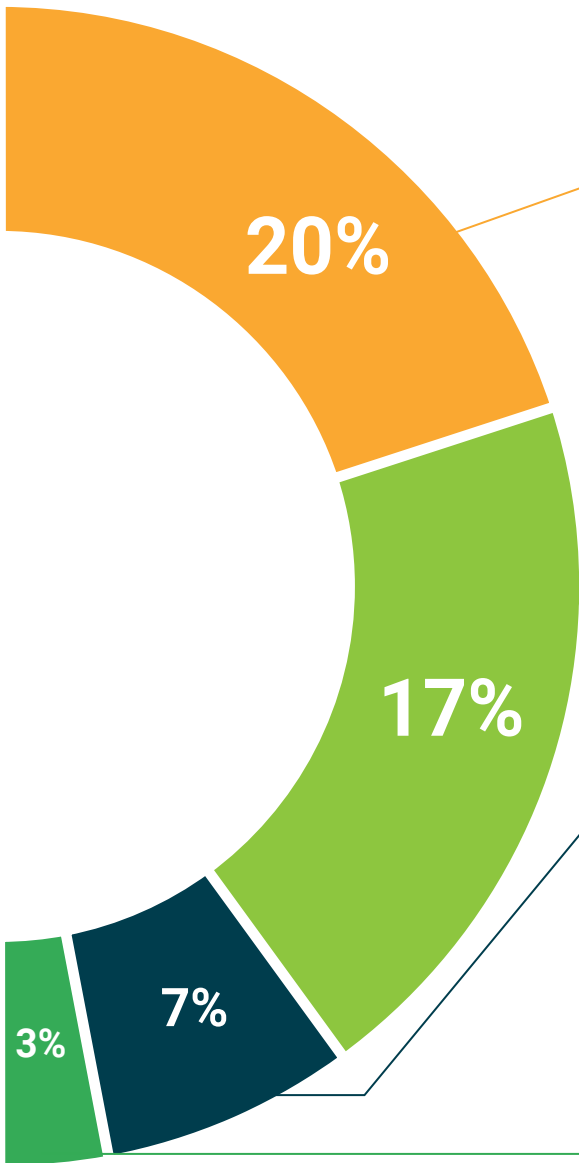
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### Lecturas complementarias

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





#### Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Testing & Retesting

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



#### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Guías rápidas de actuación

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





07

# Titulación

Este programa MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Título Propio expedido por TECH Universidad.



“

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



Este **MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

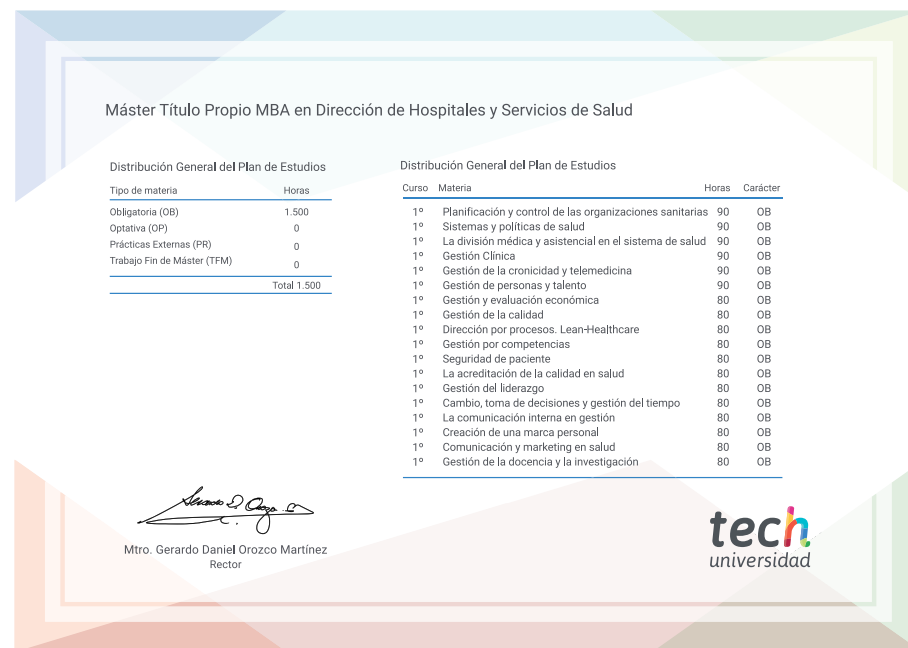
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal\* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**



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



## Máster Título Propio

MBA en Dirección  
de Hospitales y  
Servicios de Salud

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

# Máster Titulo Propio

MBA en Dirección de Hospitales  
y Servicios de Salud