

Máster Título Propio

MBA en Dirección
de Clínicas Dentales

A photograph of a woman in blue scrubs smiling and looking at a tablet held by a man in a suit. The image is partially obscured by a diagonal white line and a purple triangle in the bottom left corner.

tech
universidad



Máster Título Propio

MBA en Dirección de Clínicas Dentales

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

Acceso web: www.techtitute.com/odontologia/master/master-mba-direccion-clinicas-dentales

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competencias

pág. 12

04

Dirección del curso

pág. 18

05

Estructura y contenido

pág. 42

06

Metodología

pág. 52

07

Titulación

pág. 60

01

Presentación

El creciente número de licenciados odontológicos, acompañado del aumento en el número de clínicas dentales que han ido surgiendo en los últimos años, ha provocado que el sector clínico-dental se sitúe como uno de los mercados más competitivos que existen actualmente. Por ello, se hace indispensable para el perfil del odontólogo adoptar también la figura de gestor y director de su clínica dental, debiendo volcarse en el aprendizaje de los conocimientos de gestión empresarial y dirección de equipos que le garanticen la continuidad del propio negocio.



“

Mejora tus conocimientos en Dirección de Clínicas Dentales a través de este programa, donde encontrarás el mejor material didáctico con casos prácticos reales. Conoce aquí los últimos avances en dirección y gestión de clínicas para poder realizar una labor directiva de centros odontológicos de calidad”

La Dirección de las Clínicas Dentales ha suscitado un creciente interés en los últimos años, sobre todo, en aquellos profesionales que se han dado cuenta de la importancia de saber gestionar correctamente todos los recursos con los que cuentan en su clínica dental, para así convertirla en un negocio de futuro, con una continuidad que únicamente se asegurará aplicando las palancas adecuadas propias de la gestión empresarial.

En este nuevo entorno, cobra especial fuerza el enfoque de la clínica dental como una estructura organizativa, debiendo atender y dominar todas las áreas propias del campo de la gestión y dirección: recursos humanos, marketing, calidad, gestión del tiempo, planificación y estrategia, contabilidad y costes, etc.

Con el enfoque aplicado y estructurado que se da a los contenidos desarrollados, se busca que el alumno adquiera la capacidad de afrontar su reto laboral desde una perspectiva diferencial en gestión y dirección, otorgándole una ventaja clara para obtener éxito en el marco tan competitivo del sector dental.

El programa está diseñado para proporcionar una especialización online equivalente a 1.500 horas de estudio, y en él todos los conocimientos teórico prácticos se presentan a través de aplicaciones directamente relacionadas con los retos y desafíos a los que se enfrenta el gestor de una clínica dental en su día a día.

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

- ♦ Desarrollo de casos prácticos de gestión y dirección presentados por expertos en dirección de clínicas dentales
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información rigurosa y enfocada sobre aquellas áreas indispensables para el ejercicio profesional del directivo
- ♦ Contiene ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Sistema interactivo de aprendizaje
- ♦ Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Cada empresa necesita decidir dónde y con quién juega, con qué recursos cuenta y qué pretende ganar con ello”

“

Este programa puede ser la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa de actualización por dos motivos: además de poner al día tus conocimientos en Dirección de Clínicas Dentales, obtendrás un título de TECH Universidad”

Incluye en su cuadro docente profesionales pertenecientes al ámbito de la Dirección de Clínicas Dentales, que vierten en esta especialización la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas pertenecientes a empresas de referencia, tanto en el sector como en sectores afines.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa está orientado en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el gestor deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del programa. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo de la Dirección de Clínicas Dentales y con gran experiencia docente.

Conoce las últimas tendencias en dirección de clínicas dentales.

Desarrolla tus habilidades de gestión a través de este programa y mejora tus competencias profesionales.



02 Objetivos

El programa en Dirección de Clínicas Dentales está orientado a favorecer tu crecimiento personal y profesional.





“

El objetivo principal de este programa es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito como director de clínicas dentales”



Objetivos generales

- ♦ Emplear herramientas teóricas, metodológicas y de análisis para gestionar y dirigir de manera óptima sus propios negocios clínico-dentales, diferenciándose eficazmente en un entorno altamente competitivo
- ♦ Incorporar habilidades de estrategia y visión para facilitar la identificación de nuevas oportunidades de negocio
- ♦ Favorecer la adquisición de habilidades personales y profesionales, que impulsen a los alumnos a emprender sus propios proyectos empresariales con mayor seguridad y determinación, tanto en el caso de iniciar la creación de su negocio clínico-dental, como en el de innovar en el modelo de gestión y dirección del negocio clínico-dental que ya tengan actualmente
- ♦ Profesionalizar el sector clínico-dental, mediante el aprendizaje continuo y específico en el sector de la gestión y dirección empresarial



Actualiza tus conocimientos a través del programa en Dirección de Clínicas Dentales”



Objetivos específicos

Módulo 1. Pilares de la gestión de clínicas dentales

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

Módulo 2. Diseño de tu clínica dental

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

Módulo 3. Introducción al Marketing

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

Módulo 4. Marketing 2.0

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

Módulo 5. El valor del capital humano

- ♦ Adquirir habilidades directivas basadas en el liderazgo que faciliten una comunicación eficaz con el equipo, favoreciendo la creación de un entorno de trabajo saludable y enfocado a objetivos comunes y obtención de resultados
- ♦ Aprender los conceptos fundamentales de la gestión de recursos humanos para liderar procesos de contratación y proteger el talento del equipo que forma a la clínica dental
- ♦ Aprender a asignar tareas según la definición de roles, propiciando de este modo un clima laboral saludable, equilibrado y productivo

Módulo 6. Gestión de equipos

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

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

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

Módulo 8. Gestión de compras y almacén

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

Módulo 9. Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales

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

Módulo 10. Deontología dental

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

Módulo 11. 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 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- ♦ Determinar la relación entre la dirección estratégica y la gestión de recursos humanos
- ♦ Profundizar las competencias necesarias para la gestión eficaz de recursos humanos por competencias
- ♦ Ahondar en las metodologías para la evaluación del rendimiento y la gestión del desempeño
- ♦ Integrar las innovaciones en la gestión del talento y su impacto en la retención y fidelización del personal
- ♦ Desarrollar estrategias para la motivación y el desarrollo de equipos de alto desempeño
- ♦ Proponer soluciones efectivas para la gestión del cambio y la resolución de conflictos en las organizaciones





Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- ♦ Analizar el entorno macroeconómico y su influencia en el sistema financiero nacional e internacional
- ♦ Definir los sistemas de información y Business Intelligence para la toma de decisiones financieras
- ♦ Diferenciar decisiones financieras clave y la gestión de riesgos en la dirección financiera
- ♦ Valorar estrategias para la planificación financiera y la obtención de financiación empresarial

Módulo 14. 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 Clínicas Dentales, el futuro directivo habrá adquirido las competencias profesionales necesarias para ofrecer un servicio de calidad a sus clientes y gestionar una empresa de éxito.





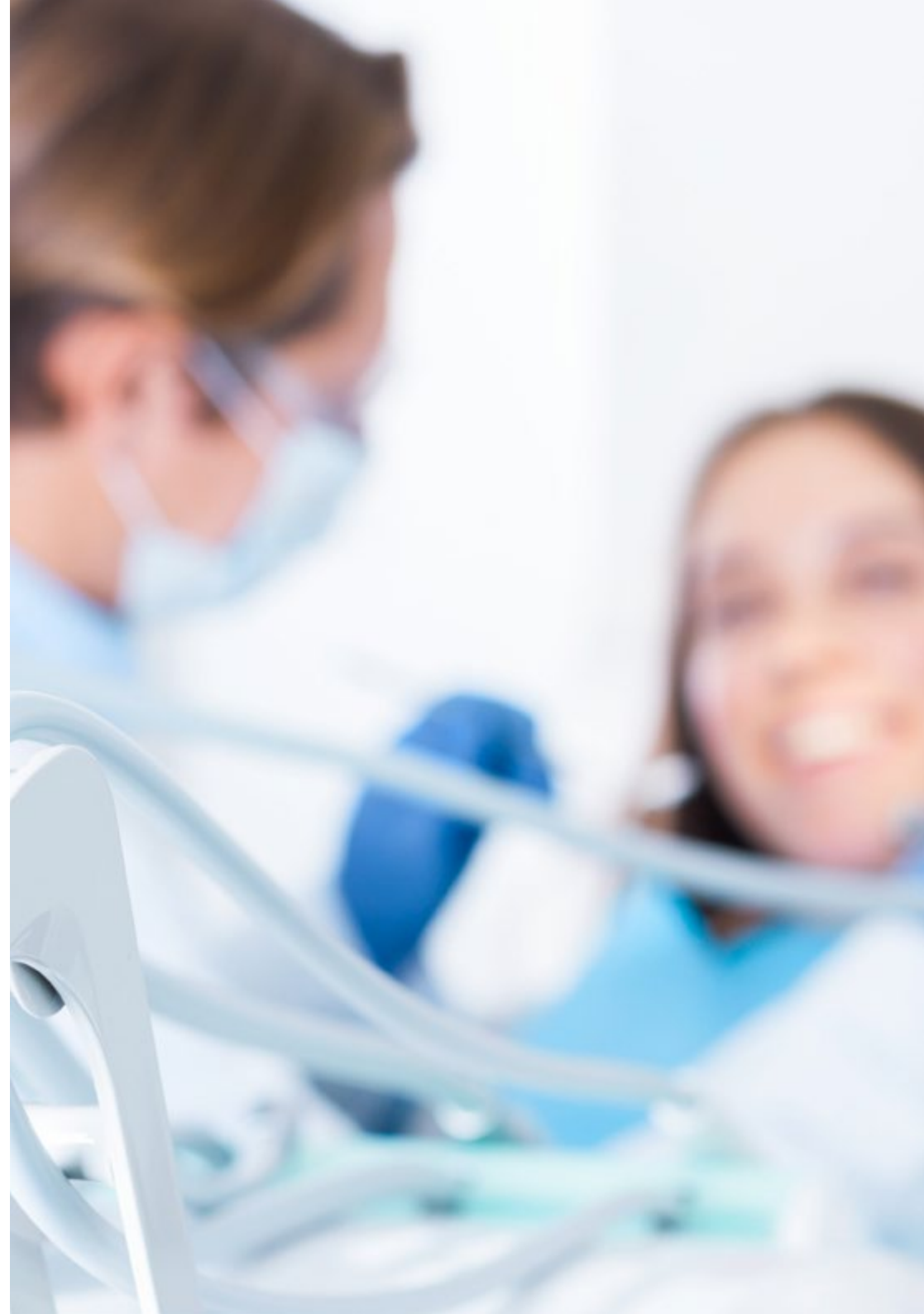
“

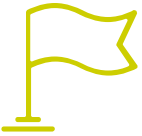
Te acompañamos en el proceso de creación y desarrollo de tu negocio para que se convierta en un proyecto sólido y con expectativas de crecimiento”



Competencias generales

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





Competencias específicas

- ♦ Jerarquizar el rol de cada uno de los miembros que conforman el equipo dentro de la clínica dental
- ♦ Manejar adecuadamente las estrategias existentes para la incorporación, retribución y atracción del talento del capital humano
- ♦ Aplicar eficazmente las modalidades de contratación para gestionar las nóminas y así conseguir una correcta capacitación de la retribución de los miembros del equipo de nuestra clínica dental
- ♦ Definir protocolos de actuación que permitan un correcto desempeño de las tareas en la clínica dental, incorporando herramientas de seguimiento para el control y la evaluación de la aplicación de dichos protocolos
- ♦ Confeccionar encuestas de satisfacción que permitan desarrollar e implementar mejoras que se adapten a las necesidades de los pacientes en la clínica dental
- ♦ Identificar los tipos de costes que se presentan en una clínica dental para calcular el coste/hora de la misma y establecer el pricing adecuado
- ♦ Calcular las principales ratios de viabilidad de un proyecto de creación de una clínica dental
- ♦ Detectar y anticiparse a las nuevas tendencias en gestión del sector clínico-dental
- ♦ Saber desarrollar la mejor estrategia de negocio en función de los objetivos a alcanzar
- ♦ Saber gestionar y liderar un equipo de trabajo en el entorno del sector clínico-dental
- ♦ Organizar e implementar la función de compras en una clínica
- ♦ Definir y evaluar procesos de selección de proveedores, abastecimiento y suministro, contribuyendo a asegurar el flujo de materiales necesarios para el correcto funcionamiento de la clínica
- ♦ Controlar los stocks de una manera eficiente, mejorando así la gestión del capital inmovilizado
- ♦ Negociar de una manera inteligente y sencilla para obtener las condiciones más favorables para el correcto desarrollo de la clínica dental
- ♦ Desarrollar la profesión odontológica desde unas bases éticas y morales



A medida que el mundo de los negocios cambia, también lo hace la necesidad de determinadas habilidades de dirección. Es por ello que todo gerente, o quien aspire serlo, debe estar en una constante actualización y mejora de sus habilidades gerenciales”

04

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente especialistas de referencia en Dirección de Clínicas Dentales y otras áreas afines, que vierten en esta especialización la experiencia de su trabajo. Además participan, en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio que completan el programa de un modo interdisciplinar.





“

Aprende de profesionales de referencia, los últimos avances en los procedimientos en el ámbito de la Dirección de Clínicas Dentales”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Heirs-Alexandre, Chyree

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

- ♦ Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal Media, 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

“

*Una Experiencia de
capacitación única, clave y
decisiva para impulsar tu
desarrollo profesional”*

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

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!”

Dirección



D. Guillot, Jaime

- ♦ Emprendedor e Inversor Web3
- ♦ CEO Mergelina Inversiones
- ♦ Chief Operating Officer de Demium Startups
- ♦ Cofundador y director de estrategia de Hikaru VR Agency
- ♦ Cofundador y director general de Drone Spain
- ♦ Cofundador de IMBS Escuela de Negocios
- ♦ Fundador de la Internet & Mobile Business School
- ♦ Fundador y director general de Fight Technologies
- ♦ Alta experiencia en creación de empresas
- ♦ Profesor en el Máster de Innovación y creación de empresas de Bankinter
- ♦ Coach ejecutivo certificado por la Escuela Europea de Líderes (EEL)
- ♦ Gestor Operativo. BBVA
- ♦ Formador en programas de liderazgo y gestión emocional en empresa
- ♦ Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. UPV
- ♦ Especialización Industrial
- ♦ Formado en idiomas como inglés, alemán y chino
- ♦ Voluntario de la Asociación de Atención Educativa a Personas con Necesidades Específicas



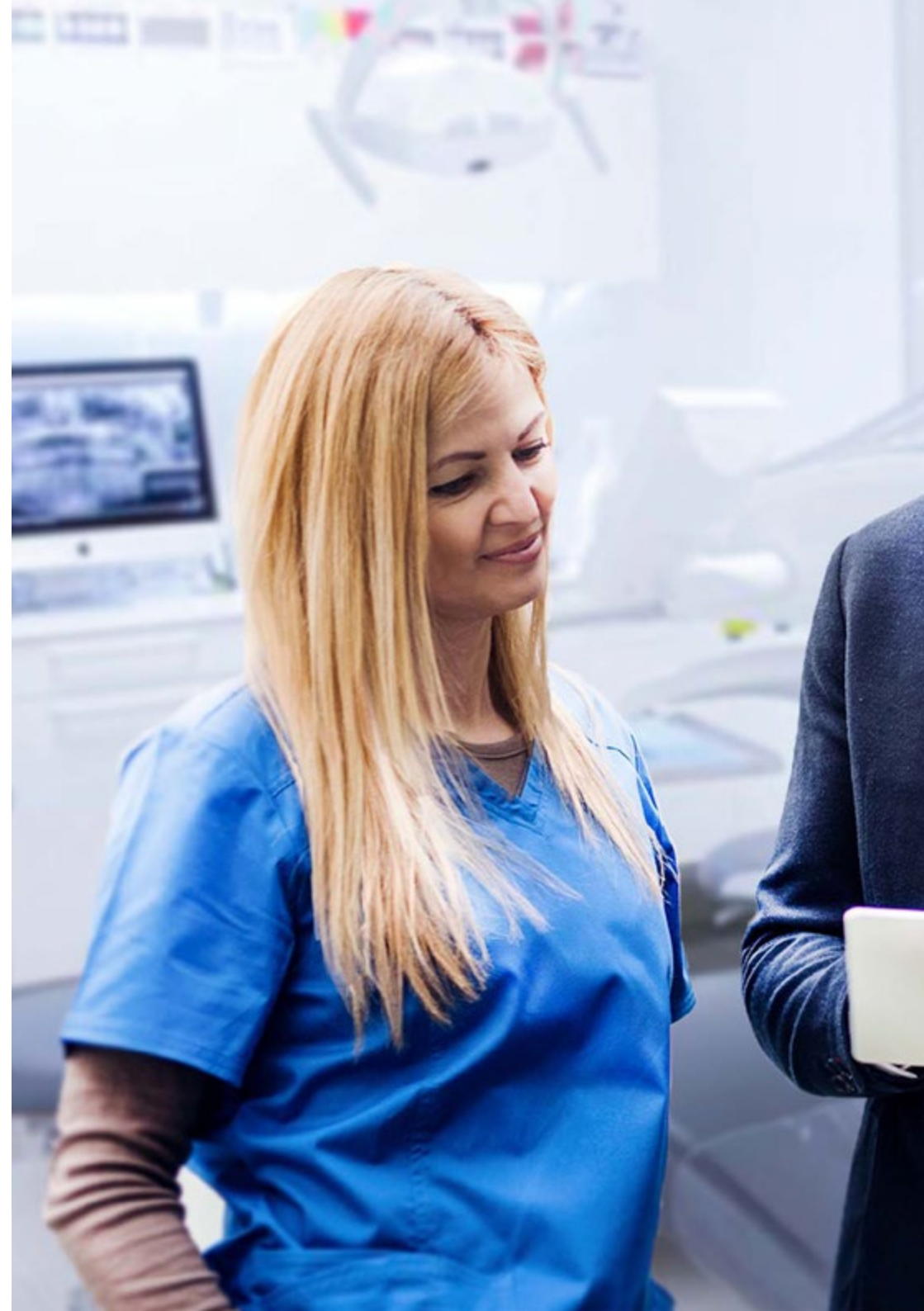
D. Gil, Andrés

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

Profesores

Dña. Fortea Paricio, Anna

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





D. Dolz, Juan Manuel

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

“

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

05

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales de los mejores centros odontológicos, centros de negocios, empresas y universidades, conscientes de la relevancia de la actualidad de la especialización para poder gestionar empresas de éxito, y comprometidos con la enseñanza de calidad mediante las nuevas tecnologías educativas.



“

*Este MBA en Dirección de Clínicas Dentales
contiene el programa científico más completo
y actualizado del mercado”*

Módulo 1. Pilares de la gestión de clínicas dentales

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

Módulo 2. Diseño de tu clínica dental

- 2.1. Introducción y objetivos
- 2.2. Situación actual del sector clínico-dental
 - 2.2.1. Ámbito nacional
 - 2.2.2. Ámbito internacional
- 2.3. Evolución del sector clínico-dental y sus tendencias
 - 2.3.1. Ámbito nacional
 - 2.3.2. Ámbito internacional
- 2.4. Análisis de competencia
 - 2.4.1. Análisis de precios
 - 2.4.2. Análisis de diferenciación
- 2.5. Análisis DAFO
- 2.6. ¿Cómo diseñar el modelo Canvas de tu clínica dental?
 - 2.6.1. Segmento de clientes
 - 2.6.2. Necesidades
 - 2.6.3. Soluciones
 - 2.6.4. Canales
 - 2.6.5. Propuesta de valor



- 2.6.6. Estructura de ingresos
- 2.6.7. Estructura de costes
- 2.6.8. Ventajas competitivas
- 2.6.9. Métricas clave
- 2.7. Método de validación de tu modelo de negocio: ciclo Lean Startup
 - 2.7.1. Caso 1: validación de tu modelo en la etapa de creación
 - 2.7.2. Caso 2: aplicación del método para innovar en tu modelo actual
- 2.8. La importancia de validar y mejorar el modelo de negocio de tu clínica dental
- 2.9. ¿Cómo definir la propuesta de valor de nuestra clínica dental?
- 2.10. Misión, visión y valores
 - 2.10.1. Misión
 - 2.10.2. Visión
 - 2.10.3. Valores
- 2.11. Definición del paciente objetivo
- 2.12. Localización óptima de mi clínica
 - 2.12.1. Distribución en planta
- 2.13. Dimensionamiento óptimo de la plantilla
- 2.14. Importancia de un modelo de contratación acorde a la estrategia definida
- 2.15. Claves para definir la política de precios
- 2.16. Financiación externa vs. Financiación interna
- 2.17. Análisis de estrategia de un caso de éxito de una clínica dental

Módulo 3. Introducción al Marketing

- 3.1. Fundamentos principales del marketing
 - 3.1.1. Variables básicas del marketing
 - 3.1.2. Evolución del concepto de marketing
 - 3.1.3. El marketing como sistema de intercambio
- 3.2. Nuevas tendencias del marketing
 - 3.2.1. Evolución y futuro del marketing
- 3.3. Inteligencia emocional aplicada al marketing
 - 3.3.1. ¿Qué es la inteligencia emocional?
 - 3.3.2. ¿Cómo aplicar la inteligencia emocional en tu estrategia de marketing?
- 3.4. El marketing social y la responsabilidad social corporativa

- 3.5. Marketing interno
 - 3.5.1. Marketing tradicional (marketing mix)
 - 3.5.2. Marketing de recomendación
 - 3.5.3. Marketing de contenidos
- 3.6. Marketing externo
 - 3.6.1. Marketing operativo
 - 3.6.2. Marketing estratégico
 - 3.6.3. *Inbound* marketing
 - 3.6.4. Email marketing
 - 3.6.5. Marketing de influencers
- 3.7. Marketing interno vs. Marketing externo
- 3.8. Técnicas de fidelización de pacientes
 - 3.8.1. La importancia de la fidelización de pacientes
 - 3.8.2. Herramientas digitales aplicadas a la fidelización de pacientes

Módulo 4. Marketing 2.0

- 4.1. La importancia del *Branding* para la diferenciación
 - 4.1.1. Identidad visual
 - 4.1.2. Las etapas del branding
 - 4.1.3. Branding como estrategia de diferenciación
 - 4.1.4. Arquetipos de Jung para dar personalidad a tu marca
- 4.2. La web y el blog corporativo de la clínica dental
 - 4.2.1. Claves de una web efectiva y funcional
 - 4.2.2. Elección del tono de voz de los canales de comunicación
 - 4.2.3. Ventajas de tener un blog corporativo
- 4.3. Uso efectivo de las redes sociales
 - 4.3.1. La importancia de la estrategia en redes sociales
 - 4.3.2. Herramientas de automatización para las redes sociales
- 4.4. Uso de la mensajería instantánea
 - 4.4.1. Importancia de una comunicación directa con tus pacientes
 - 4.4.2. Canal para promociones personalizadas o mensajes masivos
- 4.5. Importancia de la narrativa transmedia en la comunicación 2.0
- 4.6. ¿Cómo crear bases de datos a través de la comunicación?
- 4.7. Google Analytics para medir el impacto de tu comunicación 2.0

- 4.8. Análisis de la situación
 - 4.8.1. Análisis de la situación externa
 - 4.8.2. Análisis de la situación interna
- 4.9. Determinación de objetivos
 - 4.9.1. Puntos clave en el establecimiento de objetivos
- 4.10. Elección de estrategias
 - 4.10.1. Tipos de estrategias
- 4.11. Plan de acción
- 4.12. Presupuestos
 - 4.12.1. Asignación presupuestaria
 - 4.12.2. Previsión de resultados
- 4.13. Métodos de control y seguimiento

Módulo 5. El valor del capital humano

- 5.1. Introducción a la gestión de los recursos humanos
- 5.2. Cultura de empresa y clima laboral
- 5.3. El equipo
 - 5.3.1. El equipo odontólogo
 - 5.3.2. El equipo auxiliar
 - 5.3.3. Administración y dirección
- 5.4. Organigrama en nuestra clínica dental
 - 5.4.1. Organigrama de la clínica: jerarquía
 - 5.4.2. Descripción de los departamentos del organigrama
 - 5.4.3. Descripción de los puestos de cada departamento
 - 5.4.4. Asignación de tareas de cada puesto
 - 5.4.5. Coordinación de los departamentos
- 5.5. Introducción a la gestión laboral y de recursos humanos
- 5.6. Estrategias para la incorporación de capital humano
 - 5.6.1. Estrategia de selección del personal
 - 5.6.2. Estrategia de contratación
- 5.7. Políticas de retribución
 - 5.7.1. Retribución fija
 - 5.7.2. Retribución variable

- 5.8. Estrategia de retención del talento
 - 5.8.1. ¿Qué es la retención del talento?
 - 5.8.2. Ventajas de retener el talento en una clínica dental
 - 5.8.3. Formas de retener el talento
- 5.9. Estrategia de gestión de las ausencias
 - 5.9.1. La importancia de la planificación para la gestión de ausencias
 - 5.9.2. Formas de gestionar las ausencias en una clínica dental
- 5.10. La relación laboral
 - 5.10.1. El contrato de trabajo
 - 5.10.2. Tiempo de trabajo
- 5.11. Modalidades de contratación
 - 5.11.1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
 - 5.11.2. Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
 - 5.11.3. Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo
- 5.12. Gestión de nóminas
 - 5.12.1. Gestoría: el aliado inteligente del odontólogo
 - 5.12.2. Cotización a la seguridad social
 - 5.12.3. Retención del IRPF
- 5.13. Normativa legal
 - 5.13.1. El sistema de la seguridad social
 - 5.13.2. Regímenes de la seguridad social
 - 5.13.3. Altas y bajas

Módulo 6. Gestión de equipos

- 6.1. ¿Qué es el liderazgo personal?
- 6.2. La importancia de aplicar la regla del 33%
- 6.3. Ventajas de implantar una cultura de liderazgo en la clínica dental
- 6.4. ¿Qué tipo de liderazgo es mejor para dirigir tu clínica dental?
 - 6.4.1. Liderazgo autocrático
 - 6.4.2. Liderazgo por objetivos
 - 6.4.3. Liderazgo por valores
- 6.5. Habilidades de liderazgo personales
 - 6.5.1. Pensamiento estratégico
 - 6.5.2. La importancia de la visión del líder
 - 6.5.3. ¿Cómo desarrollo una actitud autocrítica saludable?

- 6.6. Habilidades de liderazgo interpersonales
 - 6.6.1. La comunicación asertiva
 - 6.6.2. La capacidad de delegar
 - 6.6.3. Dar y recibir *Feedback*
- 6.7. Inteligencia emocional aplicada a la resolución de conflictos
 - 6.7.1. Identificar las emociones básicas de actuar
 - 6.7.2. La importancia de la escucha activa
 - 6.7.3. La empatía como habilidad personal clave
 - 6.7.4. ¿Cómo identificar un secuestro emocional?
 - 6.7.5. ¿Cómo alcanzar acuerdos “Win-Win”?
- 6.8. Los beneficios de la técnica de las constelaciones organizacionales
- 6.9. Técnicas de motivación para retener el talento
 - 6.9.1. El reconocimiento
 - 6.9.2. Asignación de responsabilidades
 - 6.9.3. Promoción de la salud laboral
 - 6.9.4. Ofrecer incentivos
- 6.10. La importancia de la evaluación de desempeño

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

- 7.1. Calidad aplicada a los tratamientos ofertados
 - 7.1.1. Definición de calidad en odontología
 - 7.1.2. Estandarización de procesos en la clínica dental
- 7.2. Principios de gestión de la calidad
 - 7.2.1. ¿Qué es un sistema de gestión de la calidad?
 - 7.2.2. Beneficios para la organización
- 7.3. Calidad en el desempeño de tareas
 - 7.3.1. Protocolos: definición
 - 7.3.2. Protocolos: objetivos de su aplicación
 - 7.3.3. Protocolos: beneficios de su aplicación
 - 7.3.4. Ejemplo práctico: protocolo de primeras visitas
- 7.4. Herramientas de seguimiento y revisión de los protocolos
- 7.5. La mejora continua en las clínicas dentales
 - 7.5.1. ¿Qué es la mejora continua?
 - 7.5.2. Fase 1: consultoría
 - 7.5.3. Fase 2: aprendizaje
 - 7.5.4. Fase 3: seguimiento

- 7.6. Calidad en la satisfacción del paciente
 - 7.6.1. Encuestas de satisfacción
 - 7.6.2. Aplicación de la encuesta de satisfacción
 - 7.6.3. Informes de mejora
- 7.7. Casos prácticos de calidad en la clínica dental
 - 7.7.1. Caso práctico 1: protocolo de gestión de urgencias
 - 7.7.2. Caso práctico 2: elaboración de encuesta de satisfacción
- 7.8. Gestión de la seguridad y salud en el trabajo de una clínica dental
 - 7.8.1. Importancia de definir las tareas principales en la clínica dental
 - 7.8.2. Técnica de productividad “una tarea, un solo responsable”
 - 7.8.3. Gestores de tareas digitales
- 7.9. Estandarización del tiempo en los tratamientos odontológicos
 - 7.9.1. La importancia de recoger datos de tiempo
 - 7.9.2. ¿Cómo documentar la estandarización de tiempos?
- 7.10. Metodología de la investigación para optimizar procesos de calidad
- 7.11. Descripción del modelo de gestión de calidad para servicios odontológicos
- 7.12. La auditoría sanitaria: fases

Módulo 8. Gestión de compras y almacén

- 8.1. La importancia de una correcta planificación de compras
- 8.2. Responsabilidades de la función de compras en una clínica dental
- 8.3. La gestión eficiente de nuestro almacén
 - 8.3.1. Costes de almacenaje
 - 8.3.2. Inventario de seguridad
 - 8.3.3. Registro de entradas y salidas de material
- 8.4. Etapas del proceso de compras
 - 8.4.1. Búsqueda de información y planteamiento de alternativas
 - 8.4.2. Evaluación y toma de decisión
 - 8.4.3. Seguimiento y monitorización
- 8.5. Formas de ejecutar las cuentas y gestión de cuentas
 - 8.5.1. Ajustando el tipo de pedido a nuestras necesidades
 - 8.5.2. Gestión de riesgos
- 8.6. Relación con el proveedor
 - 8.6.1. Tipos de relaciones
 - 8.6.2. Política de pagos

- 8.7. La negociación en las compras
 - 8.7.1. Conocimientos y habilidades necesarios
 - 8.7.2. Etapas del proceso de negociación
 - 8.7.3. Consejos para negociar con éxito
- 8.8. La calidad en las compras
 - 8.8.1. Beneficios para el conjunto de la clínica
 - 8.8.2. Parámetros de medida
- 8.9. Indicadores de eficiencia
- 8.10. Nuevas tendencias en la gestión de compras

Módulo 9. Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales

- 9.1. Principios básicos de economía
- 9.2. El balance
 - 9.2.1. Composición del balance
 - 9.2.2. Activo
 - 9.2.3. Pasivo
 - 9.2.4. Patrimonio neto
 - 9.2.5. Interpretación del balance
- 9.3. La cuenta de resultados
 - 9.3.1. Composición de la cuenta de resultados
 - 9.3.2. Interpretación de la cuenta de resultados
- 9.4. Introducción a la contabilidad de costes
- 9.5. Beneficios de su aplicación
- 9.6. Costes fijos en la clínica dental
 - 9.6.1. Definición de costes fijos
 - 9.6.2. Costes fijos de una clínica dental tipo
 - 9.6.3. Coste/hora del profesional
- 9.7. Costes variables en la clínica dental
 - 9.7.1. Definición de costes variables
 - 9.7.2. Costes variables de una clínica dental tipo
- 9.8. Coste/hora de una clínica dental
- 9.9. El escándalo de tratamientos
- 9.10. Beneficio del tratamiento
- 9.11. Estrategia de Pricing
- 9.12. Introducción

- 9.13. Las facturas y otros documentos de pago
 - 9.13.1. La factura: significado y contenido mínimo
 - 9.13.2. Otros documentos de pago
- 9.14. Gestión de cobros y pagos
 - 9.14.1. Organización administrativa
 - 9.14.2. La gestión de cobros y pagos
 - 9.14.3. El presupuesto de tesorería
 - 9.14.4. Análisis abc de pacientes
 - 9.14.5. Los impagados
- 9.15. Modalidades de financiación externa
 - 9.15.1. Financiación bancaria
 - 9.15.2. *Leasing* (arrendamiento financiero)
 - 9.15.3. *Diferencias entre Leasing y Renting*
 - 9.15.4. *Descuento de efectos comerciales*
- 9.16. Análisis de liquidez de tu clínica
- 9.17. Análisis de rentabilidad de tu clínica
- 9.18. Análisis de endeudamiento

Módulo 10. Deontología dental

- 10.1. Conceptos básicos
 - 10.1.1. Definición y objetivos
 - 10.1.2. Ámbito de aplicación
 - 10.1.3. Acto clínico
 - 10.1.4. El dentista
- 10.2. Principios generales
 - 10.2.1. Principio de igualdad de los pacientes
 - 10.2.2. Prioridad de los intereses del paciente
 - 10.2.3. Deberes vocacionales del dentista
- 10.3. La atención del paciente
 - 10.3.1. Trato con el paciente
 - 10.3.2. El paciente menor de edad
 - 10.3.3. Libertad de elección del facultativo
 - 10.3.4. Libertad de aceptación y rechazo de pacientes
- 10.4. La historia clínica

- 10.5. Información al paciente
 - 10.5.1. Derecho del paciente a la información clínica
 - 10.5.2. Consentimiento informado
 - 10.5.3. Informes clínicos
- 10.6. El secreto profesional
 - 10.6.1. Concepto y contenido
 - 10.6.2. Extensión de la obligación
 - 10.6.3. Excepciones al mantenimiento del secreto profesional
 - 10.6.4. Archivos informáticos
- 10.7. Publicidad
 - 10.7.1. Requisitos básicos de la publicidad profesional
 - 10.7.2. Mención de títulos
 - 10.7.3. Publicidad profesional
 - 10.7.4. Actuaciones con posible efecto publicitario

Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
 - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
 - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
 - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.3.3. Gestión de la Diversidad
- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
 - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
 - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
 - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
 - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
 - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética y Moral
 - 11.5.2. Ética Empresarial
 - 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.6. Sostenibilidad
 - 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Las empresas sostenibles
- 11.7. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión

- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 12.4.3. Fidelización y retención
 - 12.4.4. Proactividad e innovación
- 12.5. Motivación
 - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
 - 12.5.2. La teoría de las expectativas
 - 12.5.3. Teorías de las necesidades
 - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
 - 12.7.1. Gestión del cambio
 - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.8. Negociación y gestión de conflictos
 - 12.8.1. Negociación
 - 12.8.2. Gestión de Conflictos
 - 12.8.3. Gestión de Crisis
- 12.9. Comunicación directiva
 - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
 - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.10.1. La productividad
 - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- 13.1. Entorno Económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad Directiva
 - 13.2.1. Conceptos básicos
 - 13.2.2. El Activo de la empresa
 - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.4. Presupuesto y Control de Gestión
 - 13.4.1. El modelo presupuestario
 - 13.4.2. El Presupuesto de Capital
 - 13.4.3. La Presupuesto de Explotación
 - 13.4.5. El Presupuesto de Tesorería
 - 13.4.6. Seguimiento del Presupuesto
- 13.5. Dirección Financiera
 - 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.5.2. El departamento financiero
 - 13.5.3. Excedentes de tesorería
 - 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera
- 13.6. Planificación Financiera
 - 13.6.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.6.4. El cuadro *Cash Flow*
 - 13.6.5. El cuadro de circulante

- 13.7. Estrategia Financiera Corporativa
 - 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.8. Financiación Estratégica
 - 13.8.1. La autofinanciación
 - 13.8.2. Ampliación de fondos propios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.9. Análisis y planificación financiera
 - 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
 - 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. *Management* Directivo

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Concepto de General Management
 - 14.1.2. La acción del Manager General
 - 14.1.3. El Director General y sus funciones
 - 14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 14.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 14.3. Dirección de operaciones
 - 14.3.1. Importancia de la dirección
 - 14.3.2. La cadena de valor
 - 14.3.3. Gestión de calidad
- 14.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 14.4.1. Comunicación interpersonal
 - 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 14.4.3. Barreras en la comunicación
- 14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 14.5.1. La comunicación interpersonal
 - 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 14.5.3. La comunicación en la organización
 - 14.5.4. Herramientas en la organización

- 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 14.6.1. Crisis
 - 14.6.2. Fases de la crisis
 - 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 14.7. Preparación de un plan de crisis
 - 14.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 14.7.2. Planificación
 - 14.7.3. Adecuación del personal
- 14.8. *Branding* Personal
 - 14.8.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 14.8.2. Leyes del branding personal
 - 14.8.3. Herramientas de la construcción de marcas personales
- 14.10. Liderazgo y gestión de equipos
 - 14.9.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
 - 14.9.2. Capacidades y desafíos del Líder
 - 14.9.3. Gestión de Procesos de Cambio
 - 14.9.4. Gestión de Equipos Multiculturales



*Una experiencia de especialización
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional*

06

Metodología

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

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





“

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

En TECH empleamos el Método del Caso

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

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



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

“

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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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



Relearning Methodology

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

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



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

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

Con esta metodología, se han capacitado más de 115.000 odontólogos con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en un entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Técnicas y procedimientos en video

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



Resúmenes interactivos

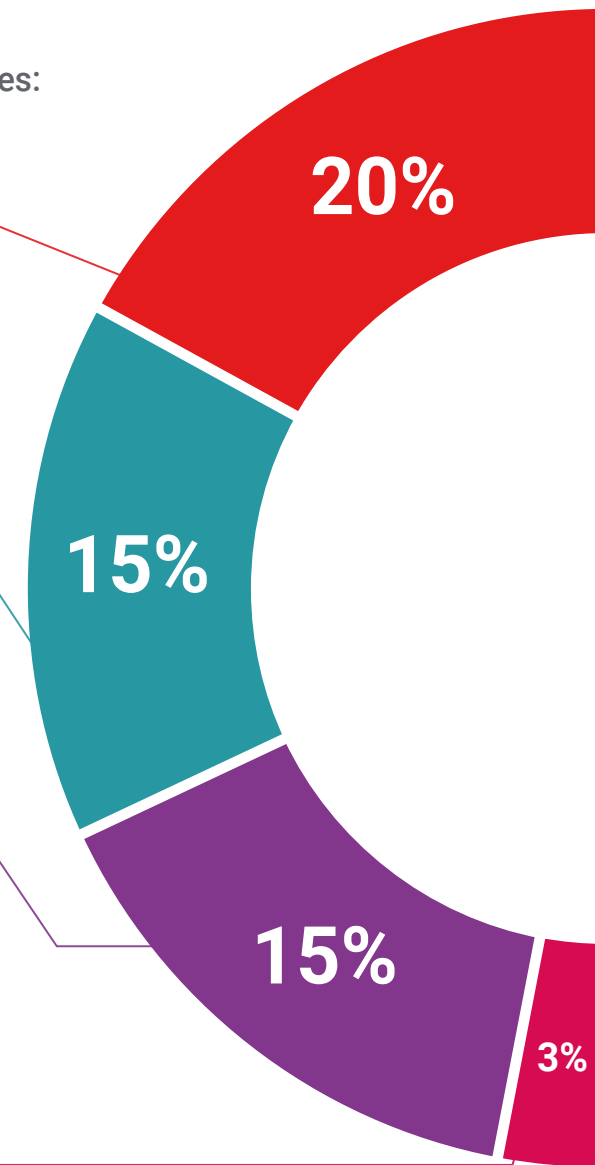
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

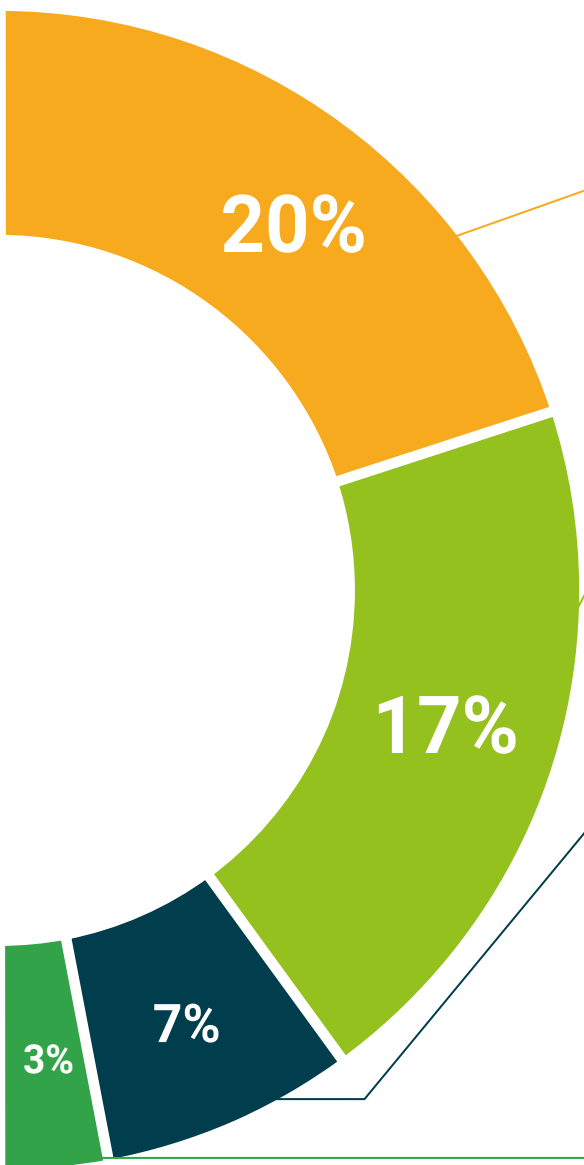
Este sistema exclusivo de capacitación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

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



Testing & Retesting

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



Clases magistrales

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



Guías rápidas de actuación

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



07

Titulación

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





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

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

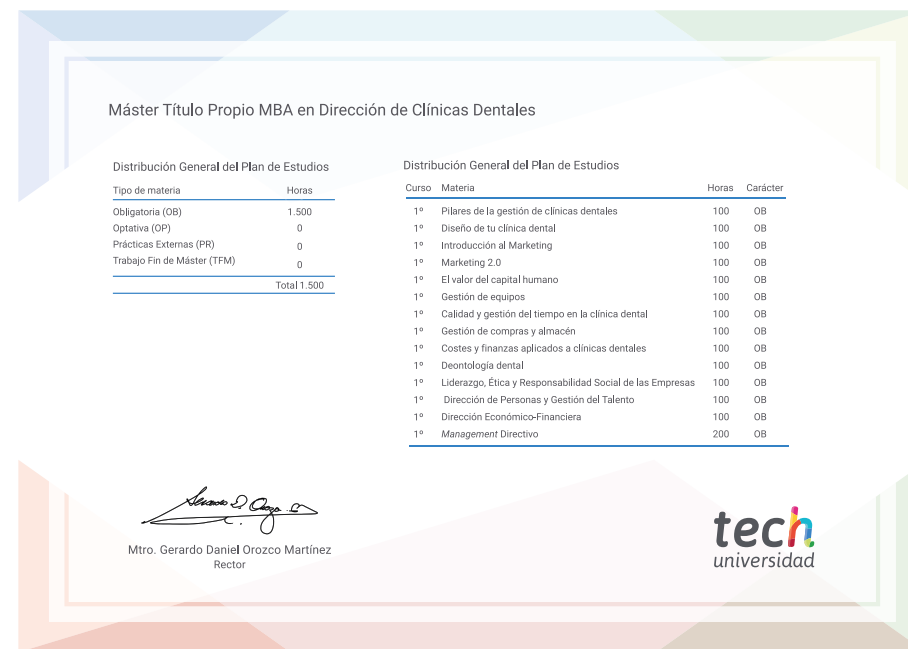
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

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 Clínicas Dentales**

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 Clínicas Dentales

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

Máster Título Propio

MBA en Dirección
de Clínicas Dentales

