

Grand Master Oficial Universitario

MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería

TECH es miembro de:



tech
universidad



Grand Master Oficial Universitario

MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **2 años**

Créditos: **120 ECTS**

Acceso web: www.techtute.com/enfermeria/grand-master-oficial-universitario/grand-master-oficial-universitario-mba-direccion-hospitales-servicios-salud-enfermeria

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 28

05

Objetivos docentes

pág. 34

06

Salidas profesionales

pág. 38

07

Idiomas gratuitos

pág. 42

08

Metodología de estudio

pág. 46

09

Cuadro docente

pág. 56

10

Triple titulación

pág. 76

11

Homologación del título

pág. 80

12

Requisitos de acceso

pág. 84

13

Proceso de admisión

pág. 88

01

Presentación del programa

La Dirección y Administración de Empresas y la Dirección de Hospitales y Servicios de Salud comparten fundamentos clave en la gestión eficaz, pero se aplican en contextos distintos. Ambas disciplinas se entrelazan en su enfoque en la gestión estratégica, la optimización de procesos y la toma de decisiones basadas en datos. Además, la creciente integración de tecnologías digitales en ambos campos, como la telemedicina y la Inteligencia Artificial en hospitales, refleja una convergencia de técnicas y herramientas de administración, subrayando la importancia de habilidades gerenciales comunes. En este contexto, TECH proporciona un posgrado triple, incluyendo las últimas tendencias empresariales, así como las competencias en dirección de hospitales y servicios de salud. Asimismo, se ofrecerá una metodología innovadora 100% online.



“

Un triple posgrado donde dispondrás de contenidos exclusivos y una disruptiva metodología 100% online”

La evolución de la gestión hospitalaria ha pasado de ser una función puramente administrativa a un rol estratégico que involucra la toma de decisiones críticas para la operación y el futuro de las instituciones de salud. Frente a esto, dada tanto su experiencia clínica como cercanía a los pacientes, los enfermeros están asumiendo cada vez más roles de liderazgo en esta área. Para llevar a cabo estos procesos de forma eficiente, los profesionales necesitan adquirir competencias estratégicas avanzadas para mejorar la eficiencia operativa y los resultados clínicos de las instituciones sanitarias.

En este escenario, TECH lanza un revolucionario triple posgrado con especialización en Dirección de Hospitales y Servicios de Salud. El plan de estudios ahondará en cuestiones que abarcan desde el *Management* Directivo o manejo de sistemas de información hasta la acreditación de la calidad en salud. Así pues, los egresados adquirirán habilidades avanzadas para diseñar, implementar y evaluar planes estratégicos que alineen los objetivos de las organizaciones con las necesidades del entorno sanitario actual. En sintonía con esto, los materiales didácticos profundizarán en la metodología emergente del *Lean Healthcare*, que permitirá a los enfermeros mejorar la eficiencia, la calidad y la seguridad en los servicios clínicos. También el programa abordará las técnicas de Marketing más sofisticadas para garantizar que las instituciones optimicen su imagen y reputación.

Este triple posgrado se imparte a través de una modalidad 100% en línea, facilitando a los expertos que puedan planificar sus propios horarios de estudio para experimentar una puesta al día completamente eficiente. Además, los egresados disfrutarán de una gran variedad de recursos multimedia destinados a fomentar una enseñanza dinámica y natural. Para acceder al Campus Virtual, lo único que necesitarán los profesionales es un dispositivo con acceso a Internet (sirviendo incluso su propio móvil). También contarán en todo momento con el apoyo de un experimentado cuadro docente, que resolverá todas las dudas que les puedan surgir durante su itinerario académico.





“

Dispondrás de casos reales y situaciones simuladas, poniendo en práctica una disruptiva metodología, sin horarios ni cronogramas evaluativos preestablecidos”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Te damos +

“

*Estudia en la mayor universidad digital
del mundo y asegura tu éxito profesional.
El futuro empieza en TECH”*

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de Estudios

El plan de estudios ofrecerá una capacitación robusta en fundamentos de administración, finanzas, Marketing y estrategia empresarial, junto con una profundización en la gestión de hospitales y servicios de salud, incluyendo temas como políticas sanitarias, gestión clínica, calidad en atención y administración de recursos en entornos sanitarios. Así, los profesionales adquirirán habilidades avanzadas en liderazgo y toma de decisiones, aplicando principios empresariales en el contexto de la salud para enfrentar desafíos específicos del sector, como la gestión de equipos multidisciplinarios, el cumplimiento de normativas y la optimización de procesos de atención.



*Un temario
completo y bien
desarrollado*

“

El programa universitario incluirá estudios de casos, prácticas profesionales y proyectos integradores que permiten a los profesionales desarrollar una visión holística y estratégica”

El Grand Master Oficial Universitario MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería de TECH se distingue como un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 2 años de estudio, el alumno analizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje de gran calidad que podrá aplicar, posteriormente, a su práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Además, la combinación de estos dos enfoques permitirá a los enfermeros, no solo dirigir eficazmente empresas en cualquier sector, sino también liderar con éxito en el ámbito sanitario, donde la gestión eficiente y la toma de decisiones estratégicas son cruciales para mejorar la atención al paciente y la operativa institucional.

Así, este Grand Master Oficial Universitario MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería está compuesto por los siguientes contenidos:

Fortalecerás la eficiencia y la calidad en las instituciones de salud, a través de los mejores materiales didácticos que TECH pone a tu disposición.



Asignatura 1	Liderazgo, ética y responsabilidad social
Asignatura 2	Dirección estratégica y <i>Management Directivo</i>
Asignatura 3	Dirección de personas y gestión del talento
Asignatura 4	Dirección económico-financiera
Asignatura 5	Dirección de operaciones y logística
Asignatura 6	Dirección de sistemas de información
Asignatura 7	Dirección Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa
Asignatura 8	Innovación y Dirección de Proyectos
Asignatura 9	<i>Management Directivo</i>
Asignatura 10	Trabajo Final de Máster (TFM)
Asignatura 11	Planificación y control de las organizaciones sanitarias
Asignatura 12	Sistemas y políticas de salud
Asignatura 13	La división médica y asistencial en el sistema de salud
Asignatura 14	Gestión Clínica
Asignatura 15	Gestión de la cronicidad y telemedicina
Asignatura 16	Gestión de personas y talento
Asignatura 17	Gestión y evaluación económica
Asignatura 18	Gestión de la calidad
Asignatura 19	Dirección por procesos. <i>Lean-Healthcare</i>
Asignatura 20	Gestión por competencias
Asignatura 21	Seguridad de paciente

Asignatura 22	La acreditación de la calidad en salud
Asignatura 23	Gestión del liderazgo
Asignatura 24	Cambio, toma de decisiones y gestión del tiempo
Asignatura 25	La comunicación interna en gestión
Asignatura 26	Creación de una marca persona
Asignatura 27	Comunicación y marketing en salud
Asignatura 28	Gestión de la docencia y la investigación

Trabajo Final de Máster

El Trabajo Final del Máster (TFM) tendrá un enfoque teórico y/o práctico y su finalidad primordial será acreditar los conocimientos adquiridos a través de este programa universitario. Este ejercicio deberá estar orientado a propuestas innovadoras vinculadas a cuestiones de actualidad y relacionados a los contenidos abordados en la titulación. Además, todos los TFM serán realizados bajo la supervisión de un tutor académico, encargado de asesorar y planificar las diferentes etapas de desarrollo de este proyecto investigativo.

El TFM está dispuesto a mitad del plan de estudios para poder iniciar su desarrollo mientras se llevan a cabo el resto de las asignaturas específicas, permitiendo al estudiante compatibilizar ambas tareas y lograr finalizar el programa en el plazo de 2 años.



Ampliarás tus habilidades metodológicas e investigativas a través del desarrollo de un Trabajo Final de Máster”

Asignatura 1

Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social

1.1. Globalización y Gobernanza

- 1.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
- 1.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
- 1.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo

1.2. Liderazgo

- 1.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
- 1.2.2. Liderazgo en las empresas
- 1.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
- 1.3.3. Gestión de la Diversidad

1.4. Desarrollo directivo y liderazgo

- 1.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 1.4.2. Concepto de Liderazgo
- 1.4.3. Teorías del Liderazgo
- 1.4.4. Estilos de Liderazgo
- 1.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
- 1.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad

1.5. Ética empresarial

- 1.5.1. Ética y Moral
- 1.5.2. Ética Empresarial
- 1.5.3. Liderazgo y ética en las empresas

1.6. Sostenibilidad

- 1.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Las empresas sostenibles

1.7. Responsabilidad Social de la Empresa

- 1.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
- 1.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
- 1.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

1.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable

- 1.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
- 1.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
- 1.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
- 1.8.4. Herramientas y estándares de la RSC

1.9. Multinacionales y derechos humanos

- 1.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
- 1.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
- 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos

1.10. Entorno legal y Corporate Governance

- 1.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
- 1.10.2. Propiedad intelectual e industrial
- 1.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Asignatura 2

Dirección estratégica y Management Directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional

- 2.1.1. Marco Conceptual
- 2.1.2. Factores clave en el diseño organizacional
- 2.1.3. Modelos básicos de organizaciones
- 2.1.4. Diseño organizacional: tipologías

2.2. Estrategia Corporativa

- 2.2.1. Estrategia corporativa competitiva
- 2.2.2. Estrategias de Crecimiento: tipologías
- 2.2.3. Marco conceptual

2.3. Planificación y Formulación Estratégica

- 2.3.1. Marco Conceptual
- 2.3.2. Elementos de la Planificación Estratégica
- 2.3.3. Formulación Estratégica: Proceso de la Planificación Estratégica

2.4. Pensamiento estratégico

- 2.4.1. La empresa como un sistema
- 2.4.2. Concepto de organización

2.5. Diagnóstico Financiero

- 2.5.1. Concepto de Diagnóstico Financiero
- 2.5.2. Etapas del Diagnóstico Financiero
- 2.5.3. Métodos de Evaluación para el Diagnóstico Financiero

2.6. Planificación y Estrategia

- 2.6.1. El Plan de una Estrategia
- 2.6.2. Posicionamiento Estratégico
- 2.6.3. La Estrategia en la Empresa

2.7. Modelos y Patrones Estratégicos

- 2.7.1. Marco Conceptual
- 2.7.2. Modelos Estratégicos
- 2.7.3. Patrones Estratégicos: Las Cinco P's de la Estrategia

2.8. Estrategia Competitiva

- 2.8.1. La Ventaja Competitiva
- 2.8.2. Elección de una Estrategia Competitiva
- 2.8.3. Estrategias según el Modelo del Reloj Estratégico
- 2.8.4. Tipos de Estrategias según el ciclo de vida del sector industrial

2.9. Dirección Estratégica

- 2.9.1. El concepto de Estrategia
- 2.9.2. El proceso de dirección estratégica
- 2.9.3. Enfoques de la dirección estratégica

2.10. Implementación de la Estrategia

- 2.10.1. Sistemas de Indicadores y Enfoque por Procesos
- 2.10.2. Mapa Estratégico
- 2.10.3. Alineamiento Estratégico

2.11. Management Directivo

- 2.11.1. Marco conceptual del *Management Directivo*
- 2.11.2. *Management Directivo*. El Rol del Consejo de Administración y herramientas de gestión corporativas

2.12. Comunicación Estratégica

- 2.12.1. Comunicación interpersonal
- 2.12.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 2.12.3. La comunicación interna
- 2.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Asignatura 3**Dirección de personas y gestión del talento****3.1. Comportamiento Organizacional**

- 3.1.1. Comportamiento Organizacional. Marco Conceptual
- 3.1.2. Principales factores del comportamiento organizacional

3.2. Las personas en las organizaciones

- 3.2.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 3.2.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 3.2.3. Coaching y gestión de equipos
- 3.2.4. Gestión de la igualdad y diversidad

3.3. Dirección Estratégica de personas

- 3.3.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
- 3.3.2. Dirección estratégica de personas

3.4. Evolución de los Recursos. Una visión integrada

- 3.4.1. La importancia de RR. HH.
- 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
- 3.4.3. Dirección estratégica de RR. HH.

3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RRHH

- 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
- 3.5.2. El reclutamiento
- 3.5.3. El proceso de selección

3.6. Gestión de recursos humanos por competencias

- 3.6.1. Análisis del potencial
- 3.6.2. Política de retribución
- 3.6.3. Planes de carrera/sucesión

3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño

- 3.7.1. La gestión del rendimiento
- 3.7.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso

3.8. Gestión de la formación

- 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
- 3.8.2. Detección y retención del talento
- 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
- 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional

3.9. Gestión del talento

- 3.9.1. Claves para la gestión positiva
- 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
- 3.9.3. Mapa del talento en la organización
- 3.9.4. Coste y valor añadido

3.10. Innovación en gestión del talento y las personas

- 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
- 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
- 3.10.3. Fidelización y retención
- 3.10.4. Proactividad e innovación

3.11. Motivación

- 3.11.1. La naturaleza de la motivación
- 3.11.2. La teoría de las expectativas
- 3.11.3. Teorías de las necesidades
- 3.11.4. Motivación y compensación económica

3.12. Employer Branding

- 3.12.1. Employer branding en RR.HH
- 3.12.2. Personal Branding para profesionales de RR.HH

3.13. Desarrollo de equipos de alto desempeño

- 3.13.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
- 3.13.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño

3.14. Desarrollo competencial directivo

- 3.14.1. ¿Qué son las competencias directivas?
- 3.14.2. Elementos de las competencias
- 3.14.3. Conocimiento
- 3.14.4. Habilidades de dirección
- 3.14.5. Actitudes y valores en los directivos
- 3.14.6. Habilidades directivas

3.15. Gestión del tiempo

- 3.15.1. Beneficios
- 3.15.2. ¿Cuáles pueden ser las causas de una mala gestión del tiempo?
- 3.15.3. Tiempo
- 3.15.4. Las ilusiones del tiempo
- 3.15.5. Atención y memoria
- 3.15.6. Estado mental
- 3.15.7. Gestión del tiempo
- 3.15.8. Proactividad
- 3.15.9. Tener claro el objetivo
- 3.15.10. Orden
- 3.15.11. Planificación

3.16. Gestión del cambio

- 3.16.1. Gestión del cambio
- 3.16.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
- 3.16.3. Etapas o fases en la gestión del cambio

3.17. Negociación y gestión de conflictos

- 3.17.1. Negociación
- 3.17.2. Gestión de Conflictos
- 3.17.3. Gestión de Crisis

3.18. Comunicación directiva

- 3.18.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
- 3.18.2. Departamentos de Comunicación
- 3.18.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

3.19. Gestión de Recursos Humanos y equipos PRL

- 3.19.1. Gestión de recursos humanos y equipos
- 3.19.2. Prevención de riesgos laborales

3.20. Productividad, atracción, retención y activación del talento

- 3.20.1. La productividad
- 3.20.2. Palancas de atracción y retención de talento

3.21. Compensación monetaria vs. No monetaria

- 3.21.1. Compensación monetaria vs. No monetaria
- 3.21.2. Modelos de bandas salariales
- 3.21.3. Modelos de compensación No monetaria
- 3.21.4. Modelo de trabajo
- 3.21.5. Comunidad corporativa
- 3.21.6. Imagen de la empresa
- 3.21.7. Salario emocional

3.22. Innovación en gestión del talento y las personas

- 3.22.1. Innovación en las Organizaciones
- 3.22.2. Nuevos retos del departamento de Recursos Humanos
- 3.22.3. Gestión de la Innovación
- 3.22.4. Herramientas para la Innovación

3.23. Gestión del conocimiento y del talento

- 3.23.1. Gestión del conocimiento y del talento
- 3.23.2. Implementación de la gestión del conocimiento

3.24. Transformación de los recursos humanos en la era digital

- 3.24.1. El contexto socioeconómico
- 3.24.2. Nuevas formas de organización empresarial
- 3.24.3. Nuevas metodologías

Asignatura 4

Dirección económico-financiera

4.1. Entorno Económico

- 4.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
- 4.1.2. Instituciones financieras
- 4.1.3. Mercados financieros
- 4.1.4. Activos financieros
- 4.1.5. Otros entes del sector financiero

4.2. La financiación de la empresa

- 4.2.1. Fuentes de financiación
- 4.2.2. Tipos de costes de financiación

4.3. Contabilidad Directiva

- 4.3.1. Conceptos básicos
- 4.3.2. El Activo de la empresa
- 4.3.3. El Pasivo de la empresa
- 4.3.4. El Patrimonio Neto de la empresa
- 4.3.5. La Cuenta de Resultados

4.4. De la contabilidad general a la contabilidad de costes

- 4.4.1. Elementos del cálculo de costes
- 4.4.2. El gasto en contabilidad general y en contabilidad de costes
- 4.4.3. Clasificación de los costes

4.5. Sistemas de información y Business Intelligence

- 4.5.1. Fundamentos y clasificación
- 4.5.2. Fases y métodos de reparto de costes
- 4.5.3. Elección de centro de costes y efecto

4.6. Presupuesto y Control de Gestión

- 4.6.1. El modelo presupuestario
- 4.6.2. El Presupuesto de Capital
- 4.6.3. La Presupuesto de Explotación
- 4.6.4. El Presupuesto de Tesorería
- 4.6.5. Seguimiento del Presupuesto

4.7. Gestión de tesorería

- 4.7.1. Fondo de Maniobra Contable y Fondo de Maniobra Necesario
- 4.7.2. Cálculo de Necesidades Operativas de Fondos
- 4.7.3. *Credit management*

4.8. Responsabilidad fiscal de las empresas

- 4.8.1. Conceptos tributarios básicos
- 4.8.2. El impuesto de sociedades
- 4.8.3. El impuesto sobre el valor añadido
- 4.8.4. Otros impuestos relacionados con la actividad mercantil
- 4.8.5. La empresa como facilitador de la labor del Estado

4.9. Sistemas de control de las empresas

- 4.9.1. Análisis de los estados financieros
- 4.9.2. El Balance de la empresa
- 4.9.3. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias
- 4.9.4. El Estado de Flujos de Efectivo
- 4.9.5. Análisis de Ratios

4.10. Dirección Financiera

- 4.10.1. Las decisiones financieras de la empresa
- 4.10.2. El departamento financiero
- 4.10.3. Excedentes de tesorería
- 4.10.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
- 4.10.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera



4.11. Planificación Financiera

- 4.11.1. Definición de la planificación financiera
- 4.11.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
- 4.11.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
- 4.11.4. El cuadro *Cash Flow*
- 4.11.5. El cuadro de circulante

4.12. Estrategia Financiera Corporativa

- 4.12.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
- 4.12.2. Productos financieros de financiación empresarial

4.13. Contexto Macroeconómico

- 4.13.1. Contexto macroeconómico
- 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
- 4.13.3. Mecanismos para el control de magnitudes macroeconómicas
- 4.13.4. Los ciclos económicos

4.14. Financiación Estratégica

- 4.14.1. La autofinanciación
- 4.14.2. Ampliación de fondos propios
- 4.14.3. Recursos Híbridos
- 4.14.4. Financiación a través de intermediarios

4.15. Mercados monetarios y de capitales

- 4.15.1. El Mercado Monetario
- 4.15.2. El Mercado de Renta Fija
- 4.15.3. El Mercado de Renta Variable
- 4.15.4. El Mercado de Divisas
- 4.15.5. El Mercado de Derivados

4.16. Análisis y planificación financiera

- 4.16.1. Análisis del Balance de Situación
- 4.16.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
- 4.16.3. Análisis de la Rentabilidad

4.17. Análisis y resolución de casos/ problemas

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

Asignatura 5**Dirección de operaciones y logística****5.1. Dirección y Gestión de Operaciones**

- 5.1.1. La función de las operaciones
- 5.1.2. El impacto de las operaciones en la gestión de las empresas
- 5.1.3. Introducción a la estrategia de Operaciones
- 5.1.4. La dirección de Operaciones

5.2. Organización industrial y logística

- 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística

5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO, etc.)

- 5.3.1. Sistema de producción
- 5.3.2. Estrategia de producción
- 5.3.3. Sistema de gestión de inventario
- 5.3.4. Indicadores de producción

5.4. Estructura y tipos de aprovisionamiento

- 5.4.1. Función del aprovisionamiento
- 5.4.2. Gestión de aprovisionamiento
- 5.4.3. Tipos de compras
- 5.4.4. Gestión de compras de una empresa de forma eficiente
- 5.4.5. Etapas del proceso de decisión de la compra

5.5. Control económico de compras

- 5.5.1. Influencia económica de las compras
- 5.5.2. Centro de costes
- 5.5.3. Presupuestación
- 5.5.4. Presupuestación vs. gasto real
- 5.5.5. Herramientas de control presupuestario

5.6. Control de las operaciones de almacén

- 5.6.1. Control de inventario
- 5.6.2. Sistema de ubicación
- 5.6.3. Técnicas de gestión de stock
- 5.6.4. Sistema de almacenamiento

5.7. Gestión estratégica de compras

- 5.7.1. Estrategia empresarial
- 5.7.2. Planeación estratégica
- 5.7.3. Estrategia de compras

5.8. Tipologías de la Cadena de Suministro (SCM)

- 5.8.1. Cadena de suministro
- 5.8.2. Beneficios de la gestión de la cadena suministro
- 5.8.3. Gestión logística en la cadena de suministro

5.9. Supply Chain management

- 5.9.1. Concepto de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
- 5.9.2. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 5.9.3. Patrones de Demanda
- 5.9.4. La estrategia de operaciones y el cambio

5.10. Interacciones de la SCM con todas las áreas

- 5.10.1. Interacción de la cadena de suministro
- 5.10.2. Interacción de la cadena de suministro. Integración por partes
- 5.10.3. Problemas de integración de la cadena de suministro
- 5.10.4. Cadena de suministro 4.0

5.11. Costes de la logística

- 5.11.1. Costes logísticos
- 5.11.2. Problemas de los costes logísticos
- 5.11.3. Optimización de costes logísticos

5.12. Rentabilidad y eficiencia de las cadenas logísticas: KPIS

- 5.12.1. Cadena logística
- 5.12.2. Rentabilidad y eficiencia de la cadena logística
- 5.12.3. Indicadores de rentabilidad y eficiencia de la cadena logística

5.13. Gestión de procesos

- 5.13.1. La gestión de procesos
- 5.13.2. Enfoque basado en procesos: mapa de procesos
- 5.13.3. Mejoras en la gestión de procesos

5.14. Distribución y logística de transportes

- 5.14.1. Distribución en la cadena de suministro
- 5.14.2. Logística de Transportes
- 5.14.3. Sistemas de Información Geográfica como soporte a la Logística

5.15. Logística y clientes

- 5.15.1. Análisis de Demanda
- 5.15.2. Previsión de Demanda y Ventas
- 5.15.3. Planificación de Ventas y Operaciones
- 5.15.4. Planeamiento participativo, pronóstico y reabastecimiento (CPFR)

5.16. Logística internacional

- 5.16.1. Procesos de exportación e importación
- 5.16.2. Aduanas
- 5.16.3. Formas y Medios de Pago Internacionales
- 5.16.4. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.17. Outsourcing de operaciones

- 5.17.1. Gestión de operaciones y *Outsourcing*
- 5.17.2. Implantación del outsourcing en entornos logísticos

5.18. Competitividad en operaciones

- 5.18.1. Gestión de Operaciones
- 5.18.2. Competitividad operacional
- 5.18.3. Estrategia de Operaciones y ventajas competitivas

5.19. Gestión de la calidad

- 5.19.1. Cliente interno y cliente externo
- 5.19.2. Los costes de calidad
- 5.19.3. La mejora continua y la filosofía de *Deming*

Asignatura 6

Dirección de sistemas de información

6.1. Entornos tecnológicos

- 6.1.1. Tecnología y globalización
- 6.1.2. Entorno económico y tecnología
- 6.1.3. Entorno tecnológico y su impacto en las empresas

6.2. Sistemas y tecnologías de la información en la empresa

- 6.2.1. Evolución del modelo de IT
- 6.2.2. Organización y departamento IT
- 6.2.3. Tecnologías de la información y entorno económico

6.3. Estrategia corporativa y estrategia tecnológica

- 6.3.1. Creación de valor para clientes y accionistas
- 6.3.2. Decisiones estratégicas de SI/TI
- 6.3.3. Estrategia corporativa vs. estrategia tecnológica y digital

6.4. Dirección de Sistemas de Información

- 6.4.1. Gobierno Corporativo de la tecnología y los sistemas de información
- 6.4.2. Dirección de los sistemas de información en las empresas
- 6.4.3. Directivos expertos en sistemas de información: roles y funciones

6.5. Planificación estratégica de Sistemas de Información

- 6.5.1. Sistemas de información y estrategia corporativa
- 6.5.2. Planificación estratégica de los sistemas de información
- 6.5.3. Fases de la planificación estratégica de los sistemas de información

6.6. Sistemas de información para la toma de decisiones

- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC o Cuadro de mando Integral

6.7. Explorando la información

- 6.7.1. SQL: bases de datos relacionales. Conceptos básicos
- 6.7.2. Redes y comunicaciones
- 6.7.3. Sistema operacional: modelos de datos normalizados
- 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional y *dashboards* gráfico
- 6.7.5. Análisis estratégico de BBDD y composición de informes

6.8. Business Intelligence empresarial

- 6.8.1. El mundo del dato
- 6.8.2. Conceptos relevantes
- 6.8.3. Principales características
- 6.8.4. Soluciones en el mercado actual
- 6.8.5. Arquitectura global de una solución BI
- 6.8.6. Ciberseguridad en BI y Data Science

6.9. Nuevo concepto empresarial

- 6.9.1. ¿Por qué BI?
- 6.9.2. Obtención de la información
- 6.9.3. BI en los distintos departamentos de la empresa
- 6.9.4. Razones para invertir en BI

6.10. Herramientas y soluciones BI

- 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

6.11. Planificación y dirección Proyecto BI

- 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
- 6.11.2. Solución BI para la empresa
- 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos

6.12. Aplicaciones de gestión corporativa

- 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
- 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
- 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* o ERP

6.13. Transformación Digital

- 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
- 6.13.2. Transformación digital; elementos clave, beneficios e inconvenientes
- 6.13.3. Transformación digital en las empresas

6.14. Tecnologías y tendencias

- 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
- 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes

6.15. Outsourcing de TI

- 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
- 6.15.2. Outsourcing de TI y su impacto en los negocios
- 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de outsourcing de TI

Asignatura 7

Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

7.1. Dirección comercial

- 7.1.1. Marco conceptual de la dirección comercial
- 7.1.2. Estrategia y planificación comercial
- 7.1.3. El rol de los directores comerciales

7.2. Marketing

- 7.2.1. Concepto de Marketing
- 7.2.2. Elementos básicos del marketing
- 7.2.3. Actividades de marketing de la empresa

7.3. Gestión Estratégica del Marketing

- 7.3.1. Concepto de Marketing estratégico
- 7.3.2. Concepto de planificación estratégica de marketing
- 7.3.3. Etapas del proceso de planificación estratégica de marketing

7.4. Marketing digital y comercio electrónico

- 7.4.1. Objetivos del Marketing digital y comercio electrónico
- 7.4.2. Marketing Digital y medios que emplea
- 7.4.3. Comercio electrónico. Contexto general
- 7.4.4. Categorías del comercio electrónico
- 7.4.5. Ventajas y desventajas del *Ecommerce* frente al comercio tradicional

7.5. Managing digital business

- 7.5.1. Estrategia competitiva ante la creciente digitalización de los medios
- 7.5.2. Diseño y creación de un plan de Marketing Digital
- 7.5.3. Análisis del ROI en un plan de Marketing Digital

7.6. Marketing digital para reforzar la marca

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

7.7. Estrategia de Marketing Digital

- 7.7.1. Definir la estrategia del Marketing Digital
- 7.7.2. Herramientas de la estrategia de Marketing Digital

7.8. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

- 7.8.1. Estrategias de fidelización y vinculación a través de Internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hipersegmentación

7.9. Gestión de campañas digitales

- 7.9.1. ¿Qué es una campaña de publicidad digital?
- 7.9.2. Pasos para lanzar una campaña de marketing online
- 7.9.3. Errores de las campañas de publicidad digital

7.10. Plan de marketing online

- 7.10.1. ¿Qué es un plan de Marketing Online?
- 7.10.2. Pasos para crear un plan de Marketing Online
- 7.10.3. Ventajas de disponer un plan de Marketing Online

7.11. Blended marketing

- 7.11.1. ¿Qué es el *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Diferencias entre Marketing Online y Offline
- 7.11.3. Aspectos a tener en cuenta en la estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Características de una estrategia de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recomendaciones en *Blended Marketing*
- 7.11.6. Beneficios del *Blended Marketing*

7.12. Estrategia de ventas

- 7.12.1. Estrategia de ventas
- 7.12.2. Métodos de ventas

7.13. Comunicación Corporativa

- 7.13.1. Concepto
- 7.13.2. Importancia de la comunicación en la organización
- 7.13.3. Tipo de la comunicación en la organización
- 7.13.4. Funciones de la comunicación en la organización
- 7.13.5. Elementos de la comunicación
- 7.13.6. Problemas de la comunicación
- 7.13.7. Escenarios de la comunicación

7.14. Estrategia de Comunicación Corporativa

- 7.14.1. Programas de motivación, acción social, participación y entrenamiento con RR. HH.
- 7.14.2. Instrumentos y soportes de comunicación interna
- 7.14.3. El plan de comunicación interna

7.15. Comunicación y reputación digital

- 7.15.1. Reputación online
- 7.15.2. ¿Cómo medir la reputación digital?
- 7.15.3. Herramientas de reputación online
- 7.15.4. Informe de reputación online
- 7.15.5. *Branding* online

7.16. Publicidad

- 7.16.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
- 7.16.2. Marco conceptual de la Publicidad; principios, concepto de briefing y posicionamiento
- 7.16.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la publicidad
- 7.16.4. Importancia de la publicidad en los negocios
- 7.16.5. Tendencias y retos de la publicidad

7.17. Desarrollo del plan de Marketing

- 7.17.1. Concepto del Plan de Marketing
- 7.17.2. Análisis y Diagnostico de la Situación
- 7.17.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
- 7.17.4. Decisiones Operativas de Marketing

7.18. Estrategias de promoción y Merchandising

- 7.18.1. Comunicación de Marketing Integrada
- 7.18.2. Plan de Comunicación Publicitaria
- 7.18.3. El *Merchandising* como técnica de Comunicación

7.19. Planificación de medios

- 7.19.1. Origen y evolución de la planificación de medios
- 7.19.2. Medios de comunicación
- 7.19.3. Plan de medios

7.20. Fundamentos de la dirección comercial

- 7.20.1. La función de la Dirección Comercial
- 7.20.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
- 7.20.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
- 7.20.4. Principales estrategias competitivas

7.21. Negociación comercial

- 7.21.1. Negociación comercial
- 7.21.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
- 7.21.3. Principales métodos de negociación
- 7.21.4. El proceso negociador

7.22. Toma de decisiones en gestión comercial

- 7.22.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
- 7.22.2. Modelos de toma de decisiones
- 7.22.3. Análíticas y herramientas para la toma de decisiones
- 7.22.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones

7.23. Dirección y gestión de la red de ventas

- 7.23.1. Sales *Management*. Dirección de ventas
- 7.23.2. Redes al servicio de la actividad comercial
- 7.23.3. Políticas de selección y formación de vendedores
- 7.23.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
- 7.23.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información

7.24. Implementación de la función comercial

- 7.24.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
- 7.24.2. Control de la actividad comercial
- 7.24.3. El código deontológico del personal comercial
- 7.24.4. Cumplimiento normativo
- 7.24.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas

7.25. Gestión de cuentas clave

- 7.25.1. Concepto de la Gestión de Cuentas Clave
- 7.25.2. El *Key Account Manager*
- 7.25.3. Estrategia de la Gestión de Cuentas Clave

7.26. Gestión financiera y presupuestaria

- 7.26.1. El umbral de rentabilidad
- 7.26.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
- 7.26.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
- 7.26.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
- 7.26.5. Cuenta de resultados

Asignatura 8

Innovación y Dirección de Proyectos

8.1. Innovación

- 8.1.1. Introducción a la innovación
- 8.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
- 8.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial

8.2. Estrategia de Innovación

- 8.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
- 8.2.2. Estrategia de innovación

8.3. Project Management para Startups

- 8.3.1. Concepto de *startup*
- 8.3.2. Filosofía *Lean Startup*
- 8.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
- 8.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*

8.4. Diseño y validación del modelo de negocio

- 8.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
- 8.4.2. Diseño validación de modelos de negocio

8.5. Dirección y Gestión de Proyectos

- 8.5.1. Dirección y Gestión de proyectos: identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
- 8.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación

8.6. Gestión del cambio en proyectos: gestión de la formación

- 8.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
- 8.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
- 8.6.3. La implementación del cambio

8.7. Gestión de la comunicación de proyectos

- 8.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
- 8.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
- 8.7.3. Tendencias emergentes
- 8.7.4. Adaptaciones al equipo
- 8.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
- 8.7.6. Gestionar las comunicaciones
- 8.7.7. Monitorear las comunicaciones

8.8. Metodologías tradicionales e innovadoras

- 8.8.1. Metodologías innovadoras
- 8.8.2. Principios básicos del Scrum
- 8.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del Scrum y las metodologías tradicionales

8.9. Creación de una startup

- 8.9.1. Creación de una *startup*
- 8.9.2. Organización y cultura
- 8.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
- 8.9.4. Aspectos legales

8.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos

- 8.10.1. Planificar riesgos
- 8.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
- 8.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
- 8.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

Asignatura 9

Management Directivo

9.1. General Management

- 9.1.1. Concepto de *General Management*
- 9.1.2. La acción del Manager General
- 9.1.3. El Director General y sus funciones
- 9.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección

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

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

9.3. Dirección de operaciones

- 9.3.1. Importancia de la dirección
- 9.3.2. La cadena de valor
- 9.3.3. Gestión de calidad

9.4. Oratoria y formación de portavoces

- 9.4.1. Comunicación interpersonal
- 9.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 9.4.3. Barreras en la comunicación

9.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

- 9.5.1. La comunicación interpersonal
- 9.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
- 9.5.3. La comunicación en la organización
- 9.5.4. Herramientas en la organización

9.6. Comunicación en situaciones de crisis

- 9.6.1. Crisis
- 9.6.2. Fases de la crisis
- 9.6.3. Mensajes: contenidos y momentos

9.7. Preparación de un plan de crisis

- 9.7.1. Análisis de posibles problemas
- 9.7.2. Planificación
- 9.7.3. Adecuación del personal

9.8. Inteligencia emocional

- 9.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 9.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 9.8.3. Autoestima y comunicación emocional

9.9. Branding Personal

- 9.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
- 9.9.2. Leyes del branding personal
- 9.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

9.10. Liderazgo y gestión de equipos

- 9.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 9.10.2. Capacidades y desafíos del Líder
- 9.10.3. Gestión de Procesos de Cambio
- 9.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

Asignatura 10**Trabajo Final de Máster (TFM)****Asignatura 11****Planificación y control de las organizaciones sanitarias****11.1. El proceso de planificación estratégica**

- 11.1.1. Misión, visión y valores
- 11.1.2. El ciclo de la Planificación estratégica. Plan estratégico y líneas estratégicas

- 11.1.3. Planificación y mejora continua de la calidad. Ventajas de la planificación
- 11.1.4. Análisis interno y análisis competitivo del entorno. Benchmarking

11.2. Dirección por valores y objetivos

- 11.2.1. Planificación Operativa. Obtención de objetivos a partir de las líneas estratégicas
- 11.2.2. Tipos de objetivos. Metas 1
- 11.2.3. Dirección por valores y objetivos: planes de gestión
- 11.2.4. Evaluación del plan Estratégico y Operativo

11.3. Teoría organizacional aplicada a la sanidad

- 11.3.1. Tipos de organización
- 11.3.2. Comportamiento organizacional. Estudios
- 11.3.3. Características de la organización pública
- 11.3.4. Nuevos modelos organizacionales. Organizaciones líquidas y matriciales

11.4. Dirección y gestión

- 11.4.1. El proceso directivo
- 11.4.2. Órganos colegiados de dirección
- 11.4.3. Estilos de dirección

11.5. Los actores del sistema nacional de salud

- 11.5.1. Planificadores, Financiadores, Proveedores y Gestores, relaciones y diferencias
- 11.5.2. Control e inspección
- 11.5.3. El ciudadano: cliente y paciente. Asociaciones de pacientes
- 11.5.4. Los profesionales: sindicatos y sociedades profesionales
- 11.5.5. Los activistas: plataformas ciudadanas y grupos de presión

11.6. La organización del futuro

- 11.6.1. Entorno organizacional
- 11.6.2. Gestión del conocimiento como motor de la organización del futuro
- 11.6.3. Hospitales y centros sanitarios innovadores

Asignatura 12**Sistemas y políticas de salud****12.1. Sistemas de salud**

- 12.1.1. Principales modelos de sistemas de salud. Comparación y resultados 1
- 12.1.2. El sistema de salud en España
- 12.1.3. Sistemas de Salud Modelo Beverige SMS: ejemplo
- 12.1.4. Sistemas de Salud modelo Biskmark de aseguramiento: ejemplos
- 12.1.5. Evolución de los distintos sistemas de salud

12.2. Financiación y provisión sanitaria

- 12.2.1. Financiación de los sistemas de salud. Aportación pública
- 12.2.2. El derecho a la asistencia en salud: cartera de servicios básica y complementaria
- 12.2.3. Diferentes modelos de provisión en un SNS. Provisión privada
- 12.2.4. Copago y financiación de los usuarios

12.3. El Sistema Nacional de Salud

- 12.3.1. Ley general de Sanidad y estructuras básicas de salud
- 12.3.2. Servicios de Salud de las CCAAS y coordinación territorial. El consejo Interterritorial de Salud
- 12.3.3. Comparación de los servicios de salud de las CCAA organización, financiación y recursos

12.4. Evolución y otros aspectos de los sistemas de salud

- 12.4.1. Atención a la complejidad y la cronicidad
- 12.4.2. Las tecnologías de la información como motor de transformación de los sistemas de salud
- 12.4.3. Promoción de la salud y educación para la salud. Prevención 1
- 12.4.4. La salud pública tradicional y su evolución
- 12.4.5. La coordinación o integración en salud. El concepto de Espacio Sociosanitario

12.5. Alternativas a los modelos de gestión tradicional

- 12.5.1. Descripción de las nuevas formas de gestión del SNS de titularidad pública y colaboración público-privada mapa de nuevos modelos de gestión en España
- 12.5.2. Evaluación de los nuevos modelos de gestión. Resultados y experiencias

Asignatura 13**La división médica y asistencial en el sistema de salud****13.1. Dirección médica clásica vs dirección asistencial**

- 13.1.1. Estructura y contenido de los órganos de dirección de un sistema de salud. Organigramas actuales y futuros alternativos
- 13.1.2. Facultativos como directivos: desde consejeros a directores asistenciales y gerentes pasando por direcciones generales

- 13.1.3. Preparación y aportación de valor
- 13.1.4. División médica: áreas críticas
- 13.1.5. Diferentes estructuras organizativas de la división médica

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

- 13.2.1. Cuadros de Mandos
- 13.2.2. Historia Clínica electrónica
- 13.2.3. Sistemas de prescripción asistida
- 13.2.4. CMBD, CIE
- 13.2.5. Otros sistemas de información útiles en gestión de salud

13.3. Continuidad asistencial: Integración Atención Primaria - Hospitalaria – Sociosanitaria

- 13.3.1. La necesidad de la integración asistencial
- 13.3.2. Organizaciones sanitarias integradas. Bases iniciales
- 13.3.3. Arrancar una OSI

13.4. La bioética y humanización en la práctica médica

- 13.4.1. Principios de la bioética
- 13.4.2. Los comités de ética en las organizaciones de salud
- 13.4.3. La humanización de la atención de salud

13.5. Dirección médica y asistencial: relaciones con la división de enfermería

- 13.5.1. Herramientas para la gestión del conocimiento en la dirección clínica y asistencial
- 13.5.2. Dirección médica y asistencial: relaciones con la división de enfermería

13.6. Salud pública, promoción de salud y Eps para direcciones asistenciales

- 13.6.1. Salud Pública concepto y ámbito
- 13.6.2. Promoción de la salud y educación para la salud
- 13.6.3. Programas de Prevención tipos

13.7. Transformación del modelo sanitario. La triple meta

- 13.7.1. Estrategia de continuidad asistencial
- 13.7.2. Estrategia sociosanitaria
- 13.7.3. Eficiencia, salud y experiencia del paciente

Asignatura 14

Gestión Clínica

14.1. Definición y regulación de la gestión clínica

- 14.1.1. Diferentes definiciones y visiones de la gestión Clínica
- 14.1.2. Diferentes decretos y regulaciones de la Gestión Clínica
- 14.1.3. Niveles de autonomía

14.2. Procesos y protocolos en gestión clínica. Manejo de la evidencia científica

- 14.2.1. Tipos y clasificación de evidencia científica
- 14.2.2. Protocolos, guías de práctica clínica, vías clínicas: diferencias
- 14.2.3. Grade y rutas asistenciales

14.3. Sistemas de clasificación de pacientes

- 14.3.1. Sistemas de clasificación de pacientes
- 14.3.2. Análisis de la dependencia de los pacientes. Escalas y clasificación de dependencia

- 14.3.3. Cálculo de plantilla/efectivos en función de la clasificación de pacientes. Distribución de cargas de trabajo

14.4. Modelos y unidades en gestión clínica

- 14.4.1. Tipos de Unidades de gestión clínica
- 14.4.2. Unidades mixtas atención primaria y especializada
- 14.4.3. Unidades interservicios
- 14.4.4. Unidades interhospitalarias

14.5. Prescripción farmacológica prudente. Prescripción electrónica

- 14.5.1. Prescripción prudente: Choosing Wisely
- 14.5.2. Estrategias "no hacer"

14.6. Prescripción de pruebas complementarias

- 14.6.1. Prescripción prudente vs. Medicina defensiva
- 14.6.2. Auditorias de prescripción y seguimiento de la prescripción: resultados

Asignatura 15

Gestión de la cronicidad y telemedicina

15.1. Gestión del paciente complejo y crónico

- 15.3.1. Cronic Care Model y estratificación poblacional. Kaiser Permanente
- 15.3.2. Gestión de grupos de población en riesgo. Control de la enfermedad compleja y/o crónica en el domicilio
- 15.3.3. Cronicidad y atención Socio sanitaria

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

- 15.2.1. Modelo de Paciente activo. Universidad de Stanford
- 15.2.2. Programa de educación en autocuidados. Experiencias internacionales y en España
- 15.2.3. Las escuelas de pacientes
- 15.2.4. El empoderamiento del paciente y la aportación enfermera

15.3. Telemedicina

- 15.3.1. Servicios implantados en la actualidad y perspectivas de futuro

Asignatura 16

Gestión de personas y talento

16.1. Derechos y deberes. Retribuciones

- 16.1.1. Estatuto de los trabajadores. Derechos y Deberes
- 16.1.2. El personal Estatutario y funcionario. Situaciones del Personal Estatutario. Régimen Disciplinario. Incompatibilidades
- 16.1.3. Retribuciones del personal funcionario y estatutario
- 16.1.4. El personal laboral en las administraciones públicas y en los centros privados
- 16.1.5. Los sindicatos. Representación, Participación y Negociación Colectiva. Las juntas de personal y los comités de empresa

16.2. Jornada de trabajo en las unidades y servicios

- 16.2.1. Jornada de Trabajo; Permisos y Licencias personal estatutario y funcionario
- 16.2.2. Convenios colectivos en el sector salud

- 16.2.3. Sistema de trabajo a turnos y guardias. Sistemas de planificación de turnos. Rotaciones. Atención continuada
- 16.2.4. Gestión de efectivos en función de la demanda asistencial

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

- 16.3.1. Ofertas de Empleo Público. Tipos de ofertas. Baremos de méritos
- 16.3.2. Sistemas de selección de personal en el sector privado
- 16.3.3. Los ceses o despidos, motivación justificación y comunicación de los mismos

16.4. Evaluación de personas y desarrollo del talento.

Clima social e institucional

- 16.4.1. Planes de acogida, mentorización y despedida
- 16.4.2. Detección y desarrollo del talento
- 16.4.3. Clima institucional y social: medición y mejora

16.5. Cálculos de plantillas y de rendimientos

- 16.5.1. Estimación de necesidades de plantillas
- 16.5.2. Cálculo de plantillas
- 16.5.3. Asignar tiempo de actividad asistencial

16.6. Visibilidad en gestión clínica y asistencial: blogs y redes

- 16.6.1. La revolución digital en la práctica asistencial y la gestión clínica. Descripción de las nuevas herramientas digitales. Cómo mejorar la visibilidad
- 16.6.2. Experiencias en redes y blogs de profesionales de salud

16.7. Profesionales de la salud y tipos de relaciones

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

Asignatura 17

Gestión y evaluación económica

17.1. Cálculo de costes

- 17.1.1. Ponderación y cálculo de los costes en salud
 - 17.1.1.1. Coste/Beneficio
 - 17.1.1.2. Coste/Utilidad
 - 17.1.1.3. Coste/Productividad

17.2. Bases contables

- 17.2.1. Bases generales de la contabilidad
- 17.2.2. ¿Qué es un Presupuesto? Tipos de presupuestación y de gestión financiera
- 17.2.3. Presupuesto retrospectivo de ingresos y gastos
- 17.2.4. Presupuesto prospectivo público por capítulos
- 17.2.5. Legislación pública sobre presupuestos

17.3. Presupuestos y compras

- 17.3.1. Gestión de compras. Comisiones de compras y adquisición de bienes
- 17.3.2. Sistemas de aprovisionamiento integrado. Centralización de compras
- 17.3.3. Gestión de la contratación de servicios públicos: Concursos, conciertos
- 17.3.4. Contratación en el sector privado
- 17.3.5. Logística de los suministros

17.4. Eficiencia y sostenibilidad del sistema de salud

- 17.4.1. Situación financiera del sistema de salud público la crisis de sostenibilidad
- 17.4.2. Gasto para ganar en salud. Comparativa de inversiones para ganar más salud
- 17.4.3. Control del gasto en el sistema de salud público

17.5. Modelos de financiación

- 17.5.1. Financiación en base a presupuesto histórico y actividad
- 17.5.2. Financiación capitativa
- 17.5.3. Financiación por GRD y Procesos, pago por acto
- 17.5.4. Incentivos a los profesionales en función de la financiación

17.6. Acuerdos de gestión

- 17.6.1. Acuerdos de gestión. Definición y modelos
- 17.6.2. Evolución y evaluación de un acuerdo de gestión

Asignatura 18

Gestión de la calidad

18.1. La calidad en Salud

- 18.1.1. Definiciones de calidad y evolución histórica del concepto. Dimensiones de la calidad
- 18.1.2. Ciclo de evaluación y mejora de la calidad
- 18.1.3. Modelo EFQM de mejora de la calidad. Implantación
- 18.1.4. Normas ISO y modelos de acreditación externa de la calidad

18.2. Programas de calidad asistencial

- 18.2.1. Círculos de la calidad
- 18.2.2. Estrategias de mejora continua de la calidad
- 18.2.3. LEAN

Asignatura 19

Dirección por procesos. *Lean-Healthcare*

19.1. La gestión de los “qué”:

Gestión de procesos y gestión por procesos

- 19.1.1. Bases conceptuales
- 19.1.2. La gestión por procesos

19.2. La gestión de los “cómo”

- 19.2.1. Procesos asistenciales
- 19.2.2. Procesos asistenciales integrados
- 19.2.3. Procedimientos
- 19.2.4. Procedimiento normalizado de trabajo (PNT)
- 19.2.5. Protocolos
- 19.2.6. Guías de práctica clínica. Método grade. Instrumento AGREE
- 19.2.7. Vías clínicas
- 19.2.8. Guías de cuidados

19.3. La mejora de los procesos

- 19.3.1. La mejora continua de los procesos. Ciclo PDCA
- 19.3.2. Reingeniería de los procesos
- 19.3.3. Otros métodos para la mejora de procesos

Asignatura 20

Gestión por competencias

20.1. La evaluación del desempeño.

Gestión por competencias

- 20.1.1. Definición de las competencias
- 20.1.2. Procedimiento de la Evaluación del Desempeño. Implantación
- 20.1.3. Feedback de las profesiones para mejorar su desempeño y autoevaluación
- 20.1.4. Diseño de un itinerario formativo para el desarrollo competencial

20.2. Métodos y técnicas

- 20.2.1. La entrevista de evaluación. Instrucciones para el evaluador
- 20.2.2. Principales errores comunes y barreras en la evaluación
- 20.2.3. La entrevista motivacional
- 20.2.4. La pirámide de Miller

Asignatura 21

Seguridad de paciente

21.1. Seguridad de paciente.

Evolución histórica

- 21.1.1. Introducción y Definición. Antecedentes y situación actual
- 21.1.2. Estudios básicos sobre seguridad del paciente

21.2. Infección nosocomial

- 21.2.1. Definición y clasificación. Evolución Estudios EPINE
- 21.2.2. Redes y programas de vigilancia y control de la infección de la hospitalaria
- 21.2.3. Asepsia, desinfección y esterilización

21.3. Prevención

- 21.3.1. Prevención y detección de acontecimientos adversos relacionados con la atención en salud
- 21.3.2. AMFE: (análisis modal de fallos y efectos). Análisis causa / raíz

21.4. Sistemas de notificación y registro

- 21.4.1. Sistemas de notificación y registro de eventos adversos

21.5. Segundas y terceras víctimas

- 21.5.1. Los profesionales de la salud ante los efectos adversos
- 21.5.2. La trayectoria de recuperación y el apoyo emocional
- 21.5.3. El impacto en la imagen corporativa

Asignatura 22

La acreditación de la calidad en salud

22.1. La acreditación en salud

- 22.1.1. Peculiaridades de la acreditación de servicios de salud
- 22.1.2. El valor de estar acreditado. Beneficios sobre la organización y los pacientes
- 22.1.3. La acreditación en salud en los servicios clínicos

22.2. Joint Commision International

- 22.2.1. Criterios y fases del proceso

22.3. Modelo EFQM

- 22.3.1. Concepto de autoevaluación
- 22.3.2. Los planes de mejora
- 22.3.3. Ejemplo de implantación del modelo EFQM en un hospital y en un área de salud

22.4. Acreditación ISO

- 22.4.1. Definición y criterios generales
- 22.4.2. La ISO 9001
- 22.4.3. La ISO 14001
- 22.4.4. Otros tipos de ISO de relevancia en el sector de salud

Asignatura 23

Gestión del liderazgo

23.1. El liderazgo en el equipo

- 23.1.1. Teorías sobre la naturaleza y origen de la autoridad: Concepción tradicional o institucional. Concepción funcional. Concepción conductista. Concepción integradora
- 23.1.2. Autoridad y Poder, tipos de poder
- 23.1.3. El Liderazgo. Componentes del liderazgo y tipos
- 23.1.4. Cómo fabricar un líder

- 23.1.5. Modelos de liderazgo nuevos. Situacional y líder coach

- 23.1.6. El término staff, esquema jerárquico funcional, distintos tipos de staff, conceptos de línea y staff; teorías, Influencia de las culturas en el liderazgo

23.2. La motivación

- 23.2.1. Los Agentes Motivadores. Motivación intrínseca y extrínseca
- 23.2.2. Diferencias entre Motivación y satisfacción y sus diferentes Teorías
- 23.2.3. Evidencia disponible sobre cómo motivar a los profesionales

23.3. La delegación

- 23.3.1. ¿Qué significa delegar? Formas de delegación formas para evaluar la delegación, Tareas y funciones no delegables
- 23.3.2. Actitudes personales ante la delegación. Pautas para una delegación eficaz

23.4. Coaching directivo

- 23.4.1. El coaching. Tipos de coaching
- 23.4.2. Beneficios en el ámbito organizativo y aplicaciones al sector salud. Ejemplos

Asignatura 24

Cambio, toma de decisiones y gestión del tiempo

24.1. Toma de decisiones

- 24.1.1. La decisión como proceso organizativo
- 24.1.2. Fases del proceso de decisión
- 24.1.3. Características de toda decisión

24.2. El proceso de la decisión

- 24.2.1. Proceso de Decisión Centralizada, Proceso de Toma de Decisiones Individual, Proceso de Toma de Decisiones en Grupo
- 24.2.2. Principio de factor limitante. Eficacia y eficiencia en los costes en el proceso de la toma de decisiones
- 24.2.3. Elección de la mejor solución. Priorización. Árbol de decisión

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

- 24.3.1. Técnicas para la gestión del tiempo, de la agenda personal y la compatibilidad con la vida personal
- 24.3.2. Técnicas de control del estrés y para favorecer la felicidad personal y profesional

Asignatura 25

La comunicación interna en gestión

25.1. La comunicación

- 25.1.1. Comunicación e información. El proceso de la comunicación. Elementos de la comunicación. Requisitos de la comunicación. Barreras de la comunicación
- 25.1.2. Formas e instrumentos de la comunicación. Comunicación verbal. Comunicación no verbal. Comunicación escrita

25.2. Las reuniones

- 25.2.1. Técnicas para hacer reuniones provechosas. La preparación de las reuniones y el tipo de reuniones. Selección de participantes
- 25.2.2. Los comités y comisiones asistenciales y técnicas en hospitales, centros y áreas de salud
- 25.2.3. Negociación. Tipos de estrategias: la asertividad. Estrategia win-win

25.3. Gestión de conflictos

- 25.3.1. Conflictos posibles en organizaciones de salud. Estrategias preventivas
- 25.3.2. La gestión de conflictos. Mediación

Asignatura 26

Creación de una marca personal

26.1. El perfil público

- 26.1.1. Presentarnos al mundo. Nuestra huella digital
- 26.1.2. Perfil profesional en redes sociales profesionales
- 26.1.3. Reputación digital. Las referencias positivas
- 26.1.4. La carta de presentación

26.2. La Entrevista para optar a un puesto de gestión

- 26.2.1. Cómo afrontar una entrevista
- 26.2.2. Mensajes de nuestro cuerpo ante una entrevista. La kinesia

Asignatura 27

Comunicación y marketing en salud

27.1. El Marketing y las redes sociales

- 27.1.1. Definición del término. Las dimensiones del marketing. Misión y ciclos del marketing. Herramientas del marketing
- 27.1.2. ¿Paciente, cliente, usuario? El marketing enfocado a los usuarios de la sanidad pública
- 27.1.3. Planificación de marketing externo en un centro privado
- 27.1.4. El Cliente interno. Plan de Marketing y comunicación interna en instituciones de salud
- 27.1.5. Gestión de la presencia institucional en redes. Facebook

- 27.1.6. Uso de Twitter por la organización
- 27.1.7. Uso de LinkedIn por la organización y a nivel profesional
- 27.1.8. Uso de otras redes: instagram, tumbler, etc

27.2. La comunicación en las organizaciones

- 27.2.1. Sistemas de comunicación en las organizaciones. Intranet/internet
- 27.2.2. La comunicación específica en las instituciones de salud. Hospitales
- 27.2.3. Premios de salud. Presentación de candidaturas
- 27.2.4. Organización de Jornadas, Congresos y otros actos docentes
- 27.2.5. Gestión de la comunicación local: prensa
- 27.2.6. Gestión de la comunicación local: radio
- 27.2.7. Gestión de la comunicación local: televisión
- 27.2.8. Gestión de la comunicación nacional: prensa especializada en salud
- 27.2.9. Conflictos externos. Crisis informativas por malas noticias y su gestión

27.3. Relaciones con agentes sociales, usuarios y proveedores

- 27.3.1. La comunicación con la ciudadanía, asociaciones de pacientes y de consumidores – usuarios
- 27.3.2. La comunicación con los dirigentes políticos, los propietarios – accionistas y los proveedores
- 27.3.3. Colaboración con la industria farmacéutica
- 27.3.4. Internacionalización del sector salud. Turismo de salud

27.4. Responsabilidad Social Corporativa. Buen Gobierno Sanitario

- 27.4.1. La RSC en sanidad. Planes Estratégicos de RSC en las organizaciones. Buen gobierno de salud: Transparencia desde la empresa pública y la empresa privada
- 27.4.2. Gestión ambiental y eficiencia energética en instituciones en sanidad
- 27.4.3. Cooperación al desarrollo a través de instituciones de salud
- 27.4.4. El trabajo en Red. Alianzas estratégicas
- 27.4.5. El portal del paciente. Promoción de la salud y prevención de la enfermedad a través de Internet

Asignatura 28

Gestión de la docencia y la investigación

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

- 28.1.1. Epidemiología y epidemiología clínica
- 28.1.2. Principales diseños de estudios en investigación clínica
- 28.1.3. Calidad de los estudios: fiabilidad y validez. Sesgos

28.2. Fuentes de información para la investigación y estrategias de búsqueda

- 28.2.1. Preguntas clínicas de investigación
- 28.2.2. Fuentes de información
- 28.2.3. Dónde y cómo buscar la información
- 28.2.4. Búsqueda
- 28.2.5. Bases de datos

28.3. Lectura crítica de artículos

- 28.3.1. Fases de la lectura crítica
- 28.3.2. Herramientas para la lectura crítica
- 28.3.3. Principales errores

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

- 28.4.1. Modelo español de investigación biomédica
- 28.4.2. Diseño de un proyecto de investigación
- 28.4.3. Financiación de la investigación
- 28.4.4. Explotación de los resultados de investigación

28.5. Comunicación y divulgación de la investigación

- 28.5.1. Informes de investigación
- 28.5.2. Elección de la revista donde publicar
- 28.5.3. Algunas recomendaciones de estilo

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra titulación universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un **Estudio de Convalidaciones** que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Grand Master Oficial Universitario.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas universitarios oficiales en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, los títulos que componen este programa de Grand Master Oficial Universitario.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:



Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio oficial universitario o de nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas del plan de estudios de este Grand Master Oficial Universitario de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en el Grand Master Oficial Universitario, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La opinión técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.



¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Secretaría Académica consolidará las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





05
Matriculación

Cuando el interesado reciba la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas, la revisará para evaluar su conveniencia y podrá proceder a la matriculación del programa si es su interés.

Duración:

20 min

06

Carga de la opinión técnica en campus

Una vez matriculado, deberá cargar en el campus virtual el documento de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas firmado. El importe abonado del estudio de convalidaciones se le deducirá de la matrícula y por tanto será gratuito para el alumno.

Duración:

20 min

07

Consolidación del expediente

En cuanto el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quede firmado y subido al campus virtual, el departamento de Secretaría Académica registrará en el sistema de TECH las asignaturas indicadas de acuerdo con la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas, y colocará en el expediente del alumno la leyenda de "EQ", en cada asignatura reconocida, por lo que el alumno ya no tendrá que cursarlas de nuevo. Además, retirará las limitaciones temporales de todas las asignaturas del programa, por lo que podrá cursarlo en modalidad intensiva. El alumno tendrá siempre acceso a los contenidos en el campus en todo momento.

Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

Los objetivos del programa incluirán una comprensión integral de las prácticas de gestión empresarial, desde la estrategia y la innovación, hasta las finanzas y el Marketing, mientras se desarrolla una especialización en la administración eficiente de hospitales y servicios de salud. También se profundizará en la capacidad para diseñar e implementar estrategias efectivas, la gestión de operaciones complejas y equipos multidisciplinarios, y la optimización de recursos. Además, se desarrollarán habilidades analíticas para la toma de decisiones basadas en datos, la capacidad para adaptar estrategias a contextos específicos.

*Living
SUCCESS*



“

La titulación académica tendrá como objetivos clave preparar a los profesionales para liderar con éxito en los sectores empresarial y sanitario. ¡Con todas las garantías de calidad de TECH!



Objetivos

Así, el Grand Master Oficial Universitario MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería sostiene los siguientes objetivos:

- ♦ Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores
- ♦ Aplicar las metodologías de gestión *Lean*
- ♦ Realizar una correcta gestión de equipos que permita mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa
- ♦ Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa
- ♦ Manejar herramientas y métodos para la manipulación y mejor utilización del dato, para la entrega de resultados comprensibles para el receptor final
- ♦ Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía
- ♦ Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información
- ♦ Implementar las claves para que la gestión del I+D+i tenga éxito en las organizaciones
- ♦ Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa
- ♦ Elaborar y liderar planes de Marketing
- ♦ Desarrollar métricas de consecución de objetivos asociadas a una estrategia de marketing digital y analizarlas en cuadros de mandos digitales
- ♦ Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa
- ♦ 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 de este
- ♦ Describir los conflictos de intereses existentes en la interrelación entre los diferentes actores del sistema sanitario
- ♦ Apostar por el desarrollo sostenible de la compañía, evitando impactos medioambientales
- ♦ Capacitar a directivos, líderes y a futuros gerentes de hospitales y servicios de salud

“

Este triple posgrado te capacitará para abordar desafíos multifacéticos, con un enfoque integrado que combina las mejores prácticas empresariales con un profundo conocimiento del sector sanitario”

06

Salidas profesionales

Este programa académico es una oportunidad definitiva para el futuro profesional de todos sus egresados. Una triple titulación universitaria que potenciará el desarrollo de habilidades prácticas y que hará de sus currículos uno de los más demandados en el ámbito empresarial, a la par que les proveerá de una amplia especialización.

Upgrading...





“

Supervisarás los programas de calidad y seguridad en las organizaciones de salud, garantizando que los usuarios reciban una atención eficiente”

Perfil del egresado

Tras finalizar esta titulación universitaria, los egresados podrán asumir roles de liderazgo en empresas del ámbito sanitario, como directores de hospitales, gerentes de clínicas y coordinadores de programas de salud, aplicando su conocimiento para mejorar la eficiencia operativa y la calidad del cuidado. También estarán preparados para ocupar puestos de alto nivel en consultorías especializadas, trabajando en la optimización de procesos y estrategias para organizaciones del sector salud. Además, serán altamente valorados en la administración de grandes grupos de servicios de salud, en el diseño de políticas de salud y en la gestión de proyectos innovadores en el ámbito sanitario.

Este triple posgrado te abrirá un amplio abanico de salidas profesionales, gracias a tus competencias en gestión empresarial y la especialización de alta calidad en el sector salud.

- ♦ **Liderazgo y gestión de equipos:** Serás capaz de dirigir y motivar equipos multidisciplinares en entornos complejos
- ♦ **Toma de decisiones estratégicas:** Analizarás datos y tomar decisiones que impulsen el crecimiento organizacional
- ♦ **Visión global del negocio:** Dispondrás de conocimiento integral de las áreas clave de la empresa, desde finanzas hasta marketing
- ♦ **Adaptabilidad e innovación:** Estarás preparado para enfrentar cambios y fomentar la innovación dentro de la organización
- ♦ **Comunicación efectiva:** Adquirirás un dominio holístico de las habilidades comunicativas esenciales para la negociación y la presentación de ideas

En definitiva, después de realizar este triple posgrado, los egresados podrán desempeñar sus conocimientos y habilidades en:

- 1. Director de Hospital:** Es el máximo responsable de la administración y gestión de un hospital, supervisando todas las áreas operativas, administrativas y médicas para asegurar un funcionamiento eficiente y una atención de alta calidad.
Responsabilidades: Liderar y gestionar el hospital en su totalidad, desarrollar e implementar estrategias para mejorar la eficiencia y calidad, supervisar el personal y las operaciones, administrar el presupuesto y los recursos, coordinar con organismos reguladores y garantizar el cumplimiento de normativas y estándares de atención.
- 2. Gerente de Servicios de Salud:** Se encarga de la gestión y supervisión de los servicios de salud dentro de una institución, asegurando que se brinde una atención de calidad y que se optimicen los recursos y procesos.
Responsabilidades: Supervisar la prestación de servicios de salud, gestionar el personal y los recursos, coordinar la implementación de políticas y procedimientos, desarrollar estrategias para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio, y colaborar con otros departamentos y proveedores de salud.
- 3. Coordinador de Área Clínica:** Es responsable de coordinar y supervisar las actividades en un área clínica específica dentro de una institución de salud, asegurando la calidad del cuidado y la eficiencia operativa.
Responsabilidades: Gestión del personal clínico en el área, coordinación de los procedimientos y protocolos clínicos, supervisión de la calidad del cuidado y la atención al paciente, resolución de problemas operativos y de personal, y colaboración con otros departamentos para mejorar los servicios clínicos.
- 4. Director de Operaciones Hospitalarias:** Se encarga de supervisar y coordinar las operaciones diarias del hospital, asegurando que todos los aspectos operativos funcionen de manera eficiente y efectiva.
Responsabilidades: Gestión de las operaciones diarias del hospital, supervisión de los departamentos operativos (como logística, mantenimiento, y servicios generales), optimización de procesos y recursos, coordinación con otros líderes del hospital, y gestión de presupuestos y planificación estratégica.

5. Consultor en Gestión Sanitaria: Ofrece asesoramiento especializado en la gestión de servicios y organizaciones sanitarias, ayudando a mejorar la eficiencia, la calidad y la efectividad de las operaciones y estrategias.

Responsabilidades: Evaluación de la gestión y los procesos actuales, desarrollo de recomendaciones y estrategias para mejorar la eficiencia y la calidad, asesoramiento en la implementación de mejores prácticas, análisis de problemas y oportunidades, y elaboración de informes y planes de acción.

6. Jefe de Unidad o Departamento: Es el líder de una unidad o departamento específico dentro de una institución de salud, encargado de supervisar las operaciones, el personal y la calidad de los servicios ofrecidos.

Responsabilidades: Supervisión del personal y las operaciones en la unidad o departamento, desarrollo y aplicación de políticas y procedimientos, gestión de recursos y presupuestos, aseguramiento de la calidad del cuidado y la atención, y resolución de problemas y conflictos en el área.

7. Director de Calidad en Servicios de Salud: Se encarga de desarrollar y gestionar programas de calidad para asegurar que los servicios de salud cumplan con los estándares y regulaciones aplicables.

Responsabilidades: Desarrollo e implementación de estrategias y programas de calidad, supervisión de auditorías y evaluaciones, gestión de incidentes y quejas relacionadas con la calidad, coordinación con otros departamentos para asegurar el cumplimiento de estándares, y promoción de una cultura de mejora continua.

8. Administrador de Clínica: Es responsable de la gestión y administración diaria de una clínica, supervisando todas las áreas operativas y asegurando que se brinden servicios de salud de alta calidad.

Responsabilidades: Gestión operativa y administrativa de la clínica, supervisión del personal y los recursos, desarrollo y aplicación de políticas y procedimientos, gestión del presupuesto y la planificación estratégica, y coordinación con proveedores y otras entidades de salud.

9. Coordinador de Programas de Salud: Se encarga de planificar, implementar y gestionar programas de salud, orientados a mejorar la salud y el bienestar de la comunidad o de grupos específicos.

Responsabilidades: Desarrollo y gestión de programas de salud, coordinación con organizaciones y proveedores de servicios, evaluación de necesidades de salud y resultados de los programas, gestión de presupuestos y recursos, y promoción de la participación comunitaria y la educación en salud.

10. Responsable de Recursos Humanos en Centros de Salud: Se encarga de gestionar todos los aspectos relacionados con el personal en centros de salud, incluyendo contratación, formación, desarrollo y bienestar del personal.

Responsabilidades: Gestión del reclutamiento y selección de personal, desarrollo de programas de formación y desarrollo profesional, administración de beneficios y compensaciones, resolución de conflictos laborales, y aseguramiento del cumplimiento de normativas laborales y sanitarias.

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de este Grand Master Oficial Universitario de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a esta área de conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de este triple posgrado podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.



“

TECH te incluye el estudio de idiomas en este triple posgrado de forma ilimitada y gratuita”

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

“

Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio total de este itinerario académico”

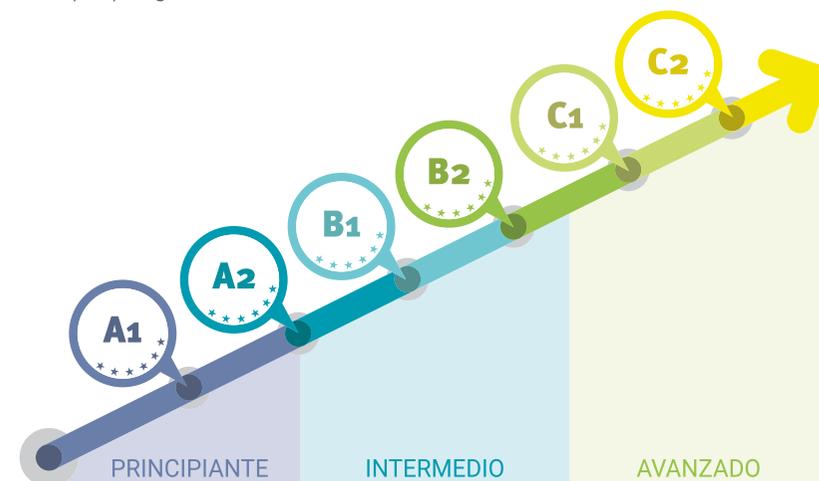




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie el Grand Master Oficial Universitario MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en este triple posgrado

“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2”



08

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 intensivo 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.

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*



“

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 su 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 según el índice global score, 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.

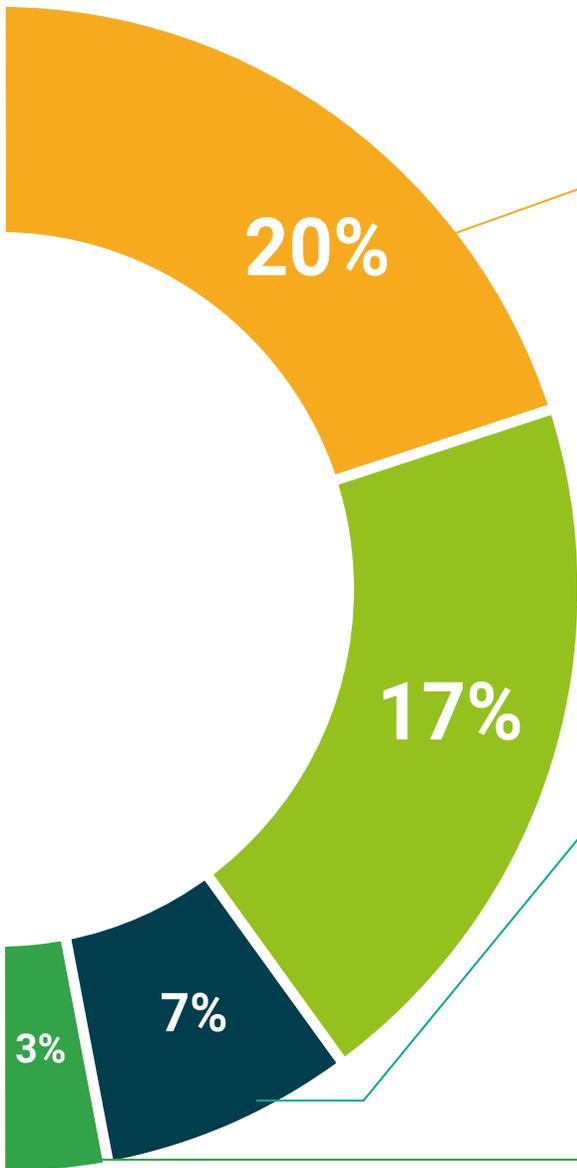
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



09

Cuadro docente

Los docentes son profesionales altamente cualificados, con una amplia experiencia tanto en el ámbito empresarial como en el sector sanitario. Así, su experiencia práctica en liderazgo, estrategia, finanzas, y gestión de calidad en salud, junto con su habilidad para impartir conocimientos teóricos y aplicados, enriquecerá el aprendizaje de los egresados. Además, mantienen una estrecha conexión con la industria, lo que les permite ofrecer perspectivas actualizadas y relevantes, fomentar la investigación aplicada y facilitar la creación de redes profesionales.



“

Todos los miembros de este cuadro docente destacan por su experiencia en la dirección de instituciones hospitalarias 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 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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

10

Triple titulación

TECH ofrece este programa con **triple titulación** que permitirá al estudiante ampliar sus perspectivas profesionales y académicas en relación al mundo de los negocios, la economía y la dirección de equipos específicos dentro de las diferentes empresas. Cursando este plan de estudios alcanzará el conocimiento y la acreditación necesarios para convertirse en un auténtico directivo especialista en redes sociales.



“

Al terminar este programa recibirás tres títulos, uno oficial y dos propios con los que dispondrás de un currículum mucho más atractivo para cualquier empresa”

El **Grand Master Oficial Universitario MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería** es un programa ofrecido por TECH, que es una Universidad Oficial española legalmente reconocida mediante la Ley 1/2024, de 16 de abril, de la Comunidad Autónoma de Canarias, publicada en el [Boletín Oficial del Estado \(BOE\) núm. 181, de 27 de julio de 2024 \(pág. 96.369\)](#), e integrada en el Registro de Universidades, Centros y Títulos ([RUCT](#)) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades con el código 104.

Este programa le brinda al estudiante una triple titulación, además del título de **Grand Master MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería**, obtendrá el título oficial de **Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas (MBA)** y el título propio de **Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería**.

Con esta triple titulación, de alto valor curricular, el egresado podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad en el mundo laboral, así como a tener acceso a los estudios de **nivel de doctorado** con el que progresar en la carrera académica y universitaria.



Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como la Dirección y Administración de Empresas”

TECH es miembro de la **National League for Nursing (NLN)**, la asociación de enfermería más grande y antigua del mundo, siendo un referente de índole internacional para hospitales, centros de investigación y Universidades. TECH, al ser miembro, otorga al alumno múltiples oportunidades de crecimiento a través de material didáctico, acercamiento con referentes de la salud y prácticas que brindarán al alumno una mayor experiencia profesional.

TECH es miembro de: 

Título Propio: **Grand Master MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería**

Título Oficial*: **Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas (MBA)**

Título Propio: **Máster de Formación Permanente MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería**

Modalidad: **100% online**

Duración: **2 años**

Créditos: **120 ECTS**



11

Homologación del título

Para que los títulos universitarios obtenidos, tras finalizar el **Grand Master Oficial Universitario MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería**, tengan validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





“

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial y dos títulos propios, todos con validez internacional”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial de esta titulación universitaria en un país diferente a España, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Secretaría Académica a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido el título oficial que obtendrás con este Grand Master en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios oficiales realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título oficial obtenido del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.



El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de la triple titulación que te proporciona este programa”

12

Requisitos de acceso

Los requisitos de acceso de este programa de posgrado se establecen de conformidad con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre. En dicho documento se recogen todos los títulos, nacionales o extranjeros, que los cuales los potenciales alumnos de este programa pueden presentar para acreditar sus conocimientos y competencias.



“

Revisa los requisitos de acceso a este triple posgrado de TECH y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”

Así se determina que es necesario estar en posesión de alguna de las siguientes titulaciones:

- ♦ Título universitario oficial de Graduado o Graduada español o equivalente. Además, se permitirá el acceso al Grand Master Oficial Universitario a aquellos estudiantes de Grado a los que les falte por superar el TFG y como máximo hasta 9 créditos ECTS para obtenerlo. En ningún caso podrá titularse si previamente no ha obtenido el título de grado
- ♦ Título expedido por una institución de educación superior extranjera perteneciente al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que faculte, en el país de expedición, para acceder a las enseñanzas de nivel de Máster Universitario
- ♦ Título oficial expedido en un sistema educativo extranjero no perteneciente al EEES, en alguno de los siguientes supuestos:
 - » Título de educación superior extranjero homologado a un título universitario oficial español
 - » Acceso condicionado a la comprobación previa (sin homologación) de que los estudios cursados corresponden a un nivel de formación equivalente al de los títulos universitarios oficiales españoles y que capacitan para acceder a estudios de nivel Máster Universitario en el país en el que se ha expedido el título. Este trámite no implica, en ningún caso, la homologación del título previo, ni su reconocimiento para otra finalidad que no sea la de acceder a los programas de TECH

“

Consigue ya tu plaza en este Grand Master Oficial Universitario de TECH si cumples con alguno de sus requisitos de acceso”



Requisito lingüístico

Los estudiantes procedentes de países o de sistemas educativos con lengua diferente al español, deberán acreditar un conocimiento del español de nivel B2 según el marco Común Europeo de Referencia para lenguas.

En relación con la acreditación del nivel de lengua española para la admisión a un título oficial se puede optar por una de las siguientes alternativas:

- ♦ Presentación del documento que justifique el nivel de español B2
- ♦ Realización de una prueba de nivel interna de la universidad

Quedan exentos de este requisito:

- ♦ Quienes acrediten la nacionalidad española
- ♦ Los que posean una titulación extranjera equivalente a: Filología Hispánica, Traducción e Interpretación (con idioma español), Literatura y/o Lingüística española
- ♦ Quienes hayan realizado estudios previos en español

¿Cumples con los requisitos de acceso lingüísticos de este Grand Master Oficial Universitario? No dejes pasar la oportunidad y matricúlate ahora.

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más simple de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin prisas ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.



“

TECH ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Grand Master Oficial Universitario más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de la universidad y aceptar las políticas de privacidad, las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso sin esperas. De forma posterior se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy cómoda y rápida. Sólo se deberán subir al sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar vigentes en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- Copia digitalizada del documento del DNI o documento de identidad oficial del alumno
- Copia digitalizada del título académico oficial de Grado o título equivalente con el que se accede al Grand Master Oficial Universitario. En caso de que el estudiante no haya terminado el Grado pero le reste por superar únicamente el TFG y hasta 9 ECTS del programa, deberá aportar un certificado oficial de notas de su universidad donde se corrobore esta situación

Para resolver cualquier duda que surja el estudiante podrá dirigirse a su asesor académico, con gusto le atenderá en todo lo que necesite. En caso de requerir más información, puede ponerse en contacto con informacion@techtitute.com.

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Grand Master Oficial Universitario cuanto antes, sin trámites ni demoras.



**Grand Master Oficial
Universitario**

**MBA en Dirección
de Hospitales y de
Servicios de Salud
para Enfermería**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **2 años**

Créditos: **120 ECTS**

Grand Master Oficial Universitario

MBA en Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud para Enfermería

TECH es miembro de:



tech
universidad