

Grand Master

MBA en Dirección Médica y Jefatura de Servicio

Aval/Membresía

A photograph of four medical professionals in a meeting. A woman in a grey blazer is standing and pointing at a tablet. Two women in blue scrubs are seated at a table, looking at the tablet. A man in blue scrubs is also seated at the table, looking at the tablet. There are glasses of water and papers on the table.

tech
universidad



Grand Master

MBA Dirección Médica y Jefatura de Servicio

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitude.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-mba-direccion-medica-jefatura-servicio

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 32

05

Salidas profesionales

pág. 40

06

Metodología de estudio

pág. 44

07

Cuadro docente

pág. 54

08

Titulación

pág. 74

01

Presentación del programa

La gestión eficiente de las organizaciones sanitarias se ha consolidado como un eje estratégico dentro del ámbito empresarial, especialmente en un contexto marcado por el envejecimiento de la población, la digitalización de los servicios y la creciente presión sobre los recursos asistenciales. Desde esta perspectiva, instituciones como la *World Health Organization* (WHO) y la *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) han subrayado la necesidad de dotar a los profesionales con una preparación sólida en administración, liderazgo y toma de decisiones estratégicas. Ante esta premisa, TECH ha desarrollado este posgrado que responde a esta demanda con un enfoque claramente orientado a resultados y a la creación de valor dentro del sistema de salud. Todo ello, mediante una metodología online e innovadora.





“

*Un programa exhaustivo y 100% online,
exclusivo de TECH y con una perspectiva
internacional respaldada por nuestra afiliación
con Business Graduates Association”*

La complejidad del sistema sanitario actual exige un enfoque de liderazgo en el que la dirección médica y la jefatura de servicio juegan un papel crucial. Estos expertos no solo deben ser expertos clínicos, sino también gestores estratégicos capaces de integrar la innovación, la calidad y la eficiencia en su toma de decisiones. Por ello, los profesionales requieren disponer de un conocimiento holístico relativo a la mejora de la atención de los pacientes y la creación de entornos laborales productivos.

En este contexto, TECH presenta un innovador Grand Master MBA en Dirección Médica y Jefatura de Servicio. Ideado por especialistas de renombre en este campo, el itinerario académico profundizará en aspectos que van desde los fundamentos de la gestión clínica, hasta la implementación de herramientas tecnológicas emergentes para automatizar labores complejas. Asimismo, se enfatizará en la acreditación de la calidad en los sistemas de salud.

Por otra parte, la metodología del programa universitario se basará en el innovador método *Relearning*, que garantiza la asimilación progresiva y natural de conceptos complejos. Así, lo único que necesitarán los profesionales será un dispositivo electrónico con conexión a internet para ingresar así en el Campus Virtual. Allí encontrarán numerosos recursos en diferentes formatos multimedia para disfrutar de una puesta al día didáctica y amena. En adición, el plan de estudios incluirá unas disruptivas *Masterclasses* a cargo de prestigiosos Directores Invitados Internacionales, con múltiples años de experiencia en el sector sanitario y empresarial.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, el alumno podrá acceder a recursos exclusivos y actualizados que fortalecerán su formación continua y su desarrollo profesional, así como descuentos en eventos profesionales que facilitarán el contacto con expertos del sector. Además, podrá ampliar su red profesional, conectando con especialistas de distintas regiones, favoreciendo el intercambio de conocimientos y nuevas oportunidades laborales.

Este **Grand Master MBA en Dirección Médica y Jefatura de Servicio** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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



Reconocidos Directores Invitados Internacionales impartirán unas exclusivas Masterclasses que profundizarán en las innovaciones más recientes en Dirección Médica y Jefatura de Servicio"

“

Desarrollarás habilidades de liderazgo eficaces para gestionar equipos multidisciplinarios, fomentando un entorno de trabajo colaborativo y centrado en la calidad de la atención al paciente”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Dirección Médica y Jefatura de Servicio, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

Un plan de estudios basado en la revolucionaria metodología del Relearning que te facilitará afianzar los conceptos complejos con eficiencia y dinamismo.

Profundizarás en los sistemas de calidad en el sector sanitario, lo que te permitirá implementar protocolos que mejoren los estándares de atención.



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.



“

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 Wistuba, 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 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 diez idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

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.

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

Mediante este Grand Master, los profesionales adquirirán un conocimiento holístico sobre la Dirección Médica y Jefatura de Servicio. En este sentido, el itinerario académico profundizará en factores que van desde las especificidades del *Management* directivo o Responsabilidad Social Corporativa, hasta la implementación de herramientas tecnológicas de última generación para alcanzar la excelencia sanitaria. De este modo, los egresados desarrollarán competencias clínicas avanzadas para dirigir de forma eficiente cualquier institución sanitaria y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.





“

Administrarás los presupuestos de forma eficiente, controlando costos y asegurando la rentabilidad de las instituciones sanitarias”

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 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

Módulo 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

Módulo 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 RR.HH
 - 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

Módulo 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. El 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)



Módulo 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
- 5.2. Organización industrial y logística
 - 5.2.1. Departamento de Organización Industrial
- 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*

Módulo 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. Planificación estratégica de Sistemas de Información
 - 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. 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

Módulo 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. Tipos de 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*

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- 8.1. Investigación de Mercados
 - 8.1.1. Investigación de mercados: Origen histórico
 - 8.1.2. Análisis y evolución del marco conceptual de la investigación de mercados
 - 8.1.3. Elementos claves y aportación de valor de la investigación de mercados
- 8.2. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
 - 8.2.1. Tamaño muestral
 - 8.2.2. Muestreo
 - 8.2.3. Tipos de Técnicas Cuantitativas
- 8.3. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
 - 8.3.1. Tipos de Investigación Cualitativa
 - 8.3.2. Técnicas de Investigación Cualitativa
- 8.4. Segmentación de mercados
 - 8.4.1. Concepto de segmentación de mercados
 - 8.4.2. Utilidad y requisitos de la segmentación
 - 8.4.3. Segmentación de mercados de consumo
 - 8.4.4. Segmentación de mercados industriales
 - 8.4.5. Estrategias de segmentación
 - 8.4.6. La segmentación con base en criterios del Marketing Mix
 - 8.4.7. Metodología de segmentación del mercado
- 8.5. Gestión de proyectos de investigación
 - 8.5.1. La Investigación de Mercados como un proceso
 - 8.5.2. Etapas de Planificación en la Investigación de Mercados
 - 8.5.3. Etapas de Ejecución en la Investigación de Mercados
 - 8.5.4. Gestión de un Proyecto de Investigación

- 8.6. La investigación de mercados internacionales
 - 8.6.1. Investigación de Mercados Internacionales
 - 8.6.2. Proceso de la Investigación de Mercados Internacionales
 - 8.6.3. La importancia de las fuentes secundarias en las Investigaciones de Mercado Internacionales
- 8.7. Los estudios de viabilidad
 - 8.7.1. Concepto y utilidad
 - 8.7.2. Esquema de un estudio de viabilidad
 - 8.7.3. Desarrollo de un estudio de viabilidad
- 8.8. Publicidad
 - 8.8.1. Antecedentes históricos de la Publicidad
 - 8.8.2. Marco conceptual de la Publicidad: Principios, concepto de *briefing* y posicionamiento
 - 8.8.3. Agencias de publicidad, agencias de medios y profesionales de la publicidad
 - 8.8.4. Importancia de la publicidad en los negocios
 - 8.8.5. Tendencias y retos de la publicidad
- 8.9. Desarrollo del plan de Marketing
 - 8.9.1. Concepto del Plan de Marketing
 - 8.9.2. Análisis y Diagnóstico de la Situación
 - 8.9.3. Decisiones Estratégicas de Marketing
 - 8.9.4. Decisiones Operativas de Marketing
- 8.10. Estrategias de promoción y *merchandising*
 - 8.10.1. Comunicación de Marketing Integrada
 - 8.10.2. Plan de Comunicación Publicitaria
 - 8.10.3. El *merchandising* como técnica de Comunicación
- 8.11. Planificación de medios
 - 8.11.1. Origen y evolución de la planificación de medios
 - 8.11.2. Medios de comunicación
 - 8.11.3. Plan de medios
- 8.12. Fundamentos de la dirección comercial
 - 8.12.1. La función de la Dirección Comercial
 - 8.12.2. Sistemas de análisis de la situación competitiva comercial empresa/mercado
 - 8.12.3. Sistemas de planificación comercial de la empresa
 - 8.12.4. Principales estrategias competitivas
- 8.13. Negociación comercial
 - 8.13.1. Negociación comercial
 - 8.13.2. Las cuestiones psicológicas de la negociación
 - 8.13.3. Principales métodos de negociación
 - 8.13.4. El proceso negociador
- 8.14. Toma de decisiones en gestión comercial
 - 8.14.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
 - 8.14.2. Modelos de toma de decisiones
 - 8.14.3. Analíticas y herramientas para la toma de decisiones
 - 8.14.4. Comportamiento humano en la toma de decisiones
- 8.15. Dirección y gestión de la red de ventas
 - 8.15.1. *Sales Management*. Dirección de ventas
 - 8.15.2. Redes al servicio de la actividad comercial
 - 8.15.3. Políticas de selección y formación de vendedores
 - 8.15.4. Sistemas de remuneración de las redes comercial propias y externas
 - 8.15.5. Gestión del proceso comercial. Control y asistencia a la labor de los comerciales basándose en la información
- 8.16. Implementación de la función comercial
 - 8.16.1. Contratación de comerciales propios y agentes comerciales
 - 8.16.2. Control de la actividad comercial
 - 8.16.3. El código deontológico del personal comercial
 - 8.16.4. Cumplimiento normativo
 - 8.16.5. Normas comerciales de conducta generalmente aceptadas
- 8.17. Gestión de cuentas clave
 - 8.17.1. Concepto de la Gestión de Cuentas Clave
 - 8.17.2. El *Key Account Manager*
 - 8.17.3. Estrategia de la Gestión de Cuentas Clave
- 8.18. Gestión financiera y presupuestaria
 - 8.18.1. El umbral de rentabilidad
 - 8.18.2. El presupuesto de ventas. Control de gestión y del plan anual de ventas
 - 8.18.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas comerciales
 - 8.18.4. Gestión del ciclo, rotaciones, rentabilidad y liquidez
 - 8.18.5. Cuenta de resultados

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- 9.1. Innovación
 - 9.1.1. Introducción a la innovación
 - 9.1.2. Innovación en el ecosistema empresarial
 - 9.1.3. Instrumentos y herramientas para el proceso de innovación empresarial
- 9.2. Estrategia de Innovación
 - 9.2.1. Inteligencia estratégica e innovación
 - 9.2.2. Estrategia de innovación
- 9.3. *Project Management* para *Startups*
 - 9.3.1. Concepto de *startup*
 - 9.3.2. Filosofía *Lean Startup*
 - 9.3.3. Etapas del desarrollo de una *startup*
 - 9.3.4. El rol de un gestor de proyectos en una *startup*
- 9.4. Diseño y validación del modelo de negocio
 - 9.4.1. Marco conceptual de un modelo de negocio
 - 9.4.2. Diseño validación de modelos de negocio
- 9.5. Dirección y Gestión de Proyectos
 - 9.5.1. Dirección y Gestión de proyectos: Identificación de oportunidades para desarrollar proyectos corporativos de innovación
 - 9.5.2. Principales etapas o fases de la dirección y gestión de proyectos de innovación
- 9.6. Gestión del cambio en proyectos: Gestión de la formación
 - 9.6.1. Concepto de Gestión del Cambio
 - 9.6.2. El Proceso de Gestión del Cambio
 - 9.6.3. La implementación del cambio
- 9.7. Gestión de la comunicación de proyectos
 - 9.7.1. Gestión de las comunicaciones del proyecto
 - 9.7.2. Conceptos clave para la gestión de las comunicaciones
 - 9.7.3. Tendencias emergentes
 - 9.7.4. Adaptaciones al equipo
 - 9.7.5. Planificar la gestión de las comunicaciones
 - 9.7.6. Gestionar las comunicaciones
 - 9.7.7. Monitorear las comunicaciones

- 9.8. Metodologías tradicionales e innovadoras
 - 9.8.1. Metodologías innovadoras
 - 9.8.2. Principios básicos del *Scrum*
 - 9.8.3. Diferencias entre los aspectos principales del *Scrum* y las metodologías tradicionales
- 9.9. Creación de una *startup*
 - 9.9.1. Creación de una *startup*
 - 9.9.2. Organización y cultura
 - 9.9.3. Los diez principales motivos por los cuales fracasan las *startups*
 - 9.9.4. Aspectos legales
- 9.10. Planificación de la gestión de riesgos en los proyectos
 - 9.10.1. Planificar riesgos
 - 9.10.2. Elementos para crear un plan de gestión de riesgos
 - 9.10.3. Herramientas para crear un plan de gestión de riesgos
 - 9.10.4. Contenido del plan de gestión de riesgos

Módulo 10. *Management* Directivo

- 10.1. *General Management*
 - 10.1.1. Concepto de *General Management*
 - 10.1.2. La acción del *Manager* General
 - 10.1.3. El Director General y sus funciones
 - 10.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 10.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 10.3. Dirección de operaciones
 - 10.3.1. Importancia de la dirección
 - 10.3.2. La cadena de valor
 - 10.3.3. Gestión de calidad
- 10.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 10.4.1. Comunicación interpersonal
 - 10.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 10.4.3. Barreras en la comunicación

10.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional

10.5.1. La comunicación interpersonal

10.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal

10.5.3. La comunicación en la organización

10.5.4. Herramientas en la organización

10.6. Comunicación en situaciones de crisis

10.6.1. Crisis

10.6.2. Fases de la crisis

10.6.3. Mensajes: Contenidos y momentos

10.7. Preparación de un plan de crisis

10.7.1. Análisis de posibles problemas

10.7.2. Planificación

10.7.3. Adecuación del personal

10.8. Inteligencia emocional

10.8.1. Inteligencia emocional y comunicación

10.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa

10.8.3. Autoestima y comunicación emocional

10.9. *Branding* Personal

10.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal

10.9.2. Leyes del *branding* personal

10.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

10.10. Liderazgo y gestión de equipos

10.10.1. Liderazgo y estilos de liderazgo

10.10.2. Capacidades y desafíos del líder

10.10.3. Gestión de Procesos de Cambio

10.10.4. Gestión de Equipos Multiculturales

Módulo 11. Gestión Clínica

11.1. Sistemas de clasificación de pacientes

11.1.1. Grupos relacionados por el diagnóstico (GRDS)

11.1.2. El proyecto nipe (normalización de las intervenciones)

11.1.3. Sistemas de clasificación de pacientes

11.1.4. Recursos imprescindibles

11.2. Definición y regulación de la gestión clínica

11.2.1. Definición del gobierno clínico

11.2.2. Evolución de la gestión clínica en el sistema nacional de salud

11.2.3. El contrato-programa y la gestión clínica

11.2.4. La regulación de la gestión clínica en España

11.2.5. Situación actual y controversias

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

11.3.1. Variabilidad en la práctica médica

11.3.2. Evidencia científica

11.3.3. Gestión clínica

11.3.4. Procesos, procedimientos, vías clínicas y unidades de gestión clínica

11.4. Modelos y unidades de gestión clínica: unidades interhospitalarias

11.4.1. Qué se puede considerar en una unidad de gestión clínica: interhospitalaria

11.4.2. Requisitos de las unidades de gestión clínica interhospitalaria

11.4.3. Importancia del liderazgo en las unidades de gestión clínica interhospitalarias

11.4.4. Los recursos humanos, la formación continuada, la investigación y la docencia

11.4.5. Los pacientes y acompañantes. La humanización en la asistencia sanitaria

11.4.6. Los procesos en las unidades de gestión clínica interhospitalarias

11.4.7. Los indicadores de estas unidades interhospitalarias

11.4.8. La gestión por objetivos y la mejora

11.5. Prescripción farmacológica prudente. Prescripción electrónica

11.5.1. Normas de buena prescripción

11.5.2. Principios para una prescripción prudente

11.5.3. Herramientas para la prescripción farmacológica prudente

11.5.4. Indicadores de la calidad de prescripción

- 11.6. Prescripción de pruebas complementarias
 - 11.6.1. Gestión de peticiones
 - 11.6.2. Modelo de integración de sistemas de información para la gestión de pruebas diagnósticas
 - 11.6.3. Beneficios de un gestor de peticiones
 - 11.6.4. Método Lean

Módulo 12. Planificación y control de las organizaciones sanitarias

- 12.1. Los actores del sistema nacional de salud
 - 12.1.1. Sostenibilidad del sistema nacional de salud
 - 12.1.2. Los actores del sistema sanitario
 - 12.1.3. El contribuyente
 - 12.1.4. El paciente
 - 12.1.5. El profesional
 - 12.1.6. Agencia compradora
 - 12.1.7. El comprador
 - 12.1.8. La institución productora
 - 12.1.9. Conflictos e intereses

Módulo 13. La división médica y asistencial en el sistema de salud

- 13.1. Dirección médica clásica vs. dirección asistencial
 - 13.1.1. Dirección médica clásica
 - 13.1.2. Dirección médica asistencial
- 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. CMDb, 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. Situación actual de deshumanización en la sanidad
 - 13.4.2. Gestión de la calidad
 - 13.4.3. Humanizando la gestión de la calidad
 - 13.4.4. Programas para la humanización
- 13.5. Dirección médica y asistencial: relaciones
 - 13.5.1. Papel de la dirección
 - 13.5.2. Participación activa de la dirección
 - 13.5.3. Objetivos de la dirección
 - 13.5.4. Regulación de la relación entre la dirección médica y la dirección
 - 13.5.5. Sistemas de gestión profesional
- 13.6. Salud pública, promoción de salud y prevención de la enfermedad para direcciones asistenciales hospitalares y áreas de salud
 - 13.6.1. Qué es la salud pública
 - 13.6.2. Promoción de la salud
 - 13.6.3. Prevención de la enfermedad
 - 13.6.4. Sanidad exterior o sanidad internacional
 - 13.6.5. Los retos de la salud pública
- 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

Módulo 14. Gestión de la calidad

- 14.1. La calidad en salud
 - 14.1.1. Calidad en los cuidados
 - 14.1.2. Registros de la actividad en salud y calidad
- 14.2. Programas de calidad asistencial
 - 14.2.1. Calidad asistencial

Módulo 15. Gestión por competencias

- 15.1. La evaluación del desempeño. Gestión por competencias
 - 15.1.1. Definición de las competencias
 - 15.1.2. Procedimiento de la evaluación del desempeño. Implantación
 - 15.1.3. Funciones
 - 15.1.4. Competencias generales y específicas
 - 15.1.5. *Feedback* de las profesiones para mejorar su desempeño y autoevaluación
 - 15.1.6. Diseño de un itinerario formativo para el desarrollo competencial
 - 15.1.7. Motivación intrínseca y extrínseca para mejorar el desempeño. Métodos
 - 15.1.8. Principios más importantes del cambio
- 15.2. Métodos y técnicas. Gestión por competencias
 - 15.2.1. La entrevista de evaluación. Instrucciones para el evaluador
 - 15.2.2. Principios generales de la entrevista motivacional
 - 15.2.3. La entrevista motivacional
 - 15.2.4. Estrategias comunicacionales
 - 15.2.5. La pirámide de Miller

Módulo 16. Seguridad del paciente

- 16.1. Seguridad del paciente. Evolución histórica
 - 16.1.1. Introducción y definición. Antecedentes y situación actual
 - 16.1.2. Identificación inequívoca del paciente. Sistemas de localización y trazabilidad
 - 16.1.3. Pacientes vulnerables de padecer U.P.P.
 - 16.1.4. Riesgo de infecciones asociadas a los cuidados enfermeros. Cuidados de los accesos venosos
 - 16.1.5. Riesgo de caídas. Prevención y monitorización de las caídas del paciente hospitalizado
- 16.2. Infección nosocomial
 - 16.2.1. Infección nosocomial. Definición y clasificación. Evolución estudios EPINE
 - 16.2.2. Cuidados ante la infección intrahospitalaria
 - 16.2.3. Redes y programas de vigilancia y control de la infección hospitalaria
 - 16.2.4. Asepsia, desinfección y esterilización

- 16.3. Prevención
 - 16.3.1. Prevención primaria y secundaria. Tipos y ejemplos
 - 16.3.2. Prevención y detección de acontecimientos adversos relacionados con la preparación y administración de la medicación
 - 16.3.3. Programas de *screening*: Cáncer de Mama. Su gestión
 - 16.3.4. Programas de *screening*: Cáncer de Colon. Su gestión
 - 16.3.5. Gestión de un programa de vacunaciones. Vacunación infantil
 - 16.3.6. Gestión de un programa de vacunaciones. Vacunación antigripal
 - 16.3.7. AMFE (Análisis Modal de Fallos y Efectos). Análisis causa/raíz
- 16.4. Sistema de notificación y registro
 - 16.4.1. Sistemas de notificación y registro
 - 16.4.2. Sistemas de notificación y registro de eventos adversos
- 16.5. Segundas y terceras víctimas
 - 16.5.1. Los profesionales de la salud ante los efectos adversos
 - 16.5.2. La trayectoria de recuperación y el apoyo emocional
 - 16.5.3. El impacto en la imagen corporativa

Módulo 17. La acreditación de la calidad en salud

- 17.1. La acreditación en salud
 - 17.1.1. Sistemas de gestión de calidad: acreditación, certificación y modelos de excelencia
- 17.2. *Joint Commision International*
 - 17.2.1. Historia
 - 17.2.2. La *Joint Commission International*
- 17.3. Modelo EFQM
 - 17.3.1. Los criterios de los modelos de excelencia
 - 17.3.2. El esquema lógico *REDER*
 - 17.3.3. Actualización del modelo EFQM de excelencia
- 17.4. Acreditación ISO
 - 17.4.1. Las normas se utilizan como patrón para la certificación
 - 17.4.2. Situación de la acreditación del sistema sanitario
 - 17.4.3. La acreditación en perspectiva: principales conflictos teórico-prácticos

Módulo 18. Gestión de los servicios especiales y de hospitalización

- 18.1. Gestión de servicios de urgencias
 - 18.1.1. Procesos de un servicio de urgencia
 - 18.1.2. Planificación y control del servicio
 - 18.1.3. Recursos humanos
 - 18.1.4. Docencia en urgencias
- 18.2. Gestión de la UCI
 - 18.2.1. Definición de Cuidados Intensivos
 - 18.2.2. La UCI. Estructura física
 - 18.2.3. Dotación recursos humanos
 - 18.2.4. Recursos Materiales: Tecnología y aparataje. Monitorización
 - 18.2.5. Modelos de UCI sin paredes y de innovación
 - 18.2.6. Modelo español de trasplantes. Colaboración con la ONT
 - 18.2.7. Gestión de Seguridad en la UCI. Proyectos Zero, Indicadores de calidad. Traspaso de información
 - 18.2.8. La humanización en las UCI
- 18.3. Gestión del área quirúrgica
 - 18.3.1. El área quirúrgica. Estructura física, organización y circuitos
 - 18.3.2. La coordinación de quirófanos. Indicadores de rendimiento quirúrgico y de funcionamiento. La programación quirúrgica. Mejora del rendimiento
 - 18.3.3. Cálculo de los recursos humanos en un área quirúrgica
 - 18.3.4. Cálculo de Recursos materiales: Dimensionamiento del BQ y su funcionamiento
 - 18.3.5. Gestión de la seguridad en el área quirúrgica. CHECK LIST quirúrgico. Lavado de manos quirúrgico
 - 18.3.6. Asepsia y esterilización en quirófanos. Monitorización ambiental del quirófano
- 18.4. Gestión de las unidades de hospitalización
 - 18.4.1. Qué son las unidades de hospitalización
 - 18.4.2. Requisitos de las unidades de hospitalización
 - 18.4.3. Importancia del liderazgo en las unidades de hospitalización
 - 18.4.4. Los recursos humanos, la formación continuada, la docencia y la investigación
 - 18.4.5. Los pacientes y acompañantes

- 18.4.6. Los procesos: estratégicos, operativos y estructurales
- 18.4.7. Los indicadores de las unidades de hospitalización
- 18.4.8. El papel de la atención primaria y otros dispositivos asistenciales
- 18.4.9. La gestión por objetivos y la mejora
- 18.5. Otras Unidades y servicios especiales
 - 18.5.1. Alternativas a la hospitalización convencional: Hospital de día (HdD)
 - 18.5.2. Alternativas a la hospitalización convencional: Puestos de HdD integrados en otras unidades
 - 18.5.3. Alternativas a la hospitalización convencional: Hospitalización a domicilio (HAD)
 - 18.5.4. Alternativas a la hospitalización convencional: unidades de corta estancia

Módulo 19. Gestión de los servicios centrales

- 19.1. Servicios de Admisión y Documentación Clínica
 - 19.1.1. Servicio de admisión y documentación clínica
 - 19.1.2. Gestión de camas
 - 19.1.3. Archivo de historias clínicas
 - 19.1.4. Digitalización e indexación
 - 19.1.5. Definición de metadatos
- 19.2. Gestión de servicios radiodiagnóstico
 - 19.2.1. Definición Servicio de Radiología
 - 19.2.2. Estructura y organización del servicio de radiología
 - 19.2.3. Sistema de Información Radiológico (RIS)
 - 19.2.4. Circuito de Petición radiológica
 - 19.2.5. Derechos de los pacientes
 - 19.2.6. Telerradiología
- 19.3. Gestión del laboratorio
 - 19.3.1. La fase preanalítica
 - 19.3.2. La fase analítica
 - 19.3.3. La fase post-analítica
 - 19.3.4. *Point-of-care testing* (POCT)
 - 19.3.5. El proyecto Madrid laboratorio clínico (MLC)

- 19.4. Gestión de la farmacia hospitalaria y de Atención Primaria
 - 19.4.1. Planificación y organización del Servicio de Farmacia: Estructura física, organización y circuitos
 - 19.4.2. Recursos humanos y materiales. Diferentes competencias y funciones
 - 19.4.3. Proceso de Gestión de Compras y Gestión de la farmacoterapia
 - 19.4.4. Sistemas de dispensación en hospital: stock de planta, dosis unitaria, sistemas automatizados
 - 19.4.5. Zona de preparación de medicamentos estériles: peligrosos y no peligrosos
 - 19.4.6. Atención Farmacéutica a pacientes externos y ambulantes
 - 19.4.7. Farmacia de atención primaria y Coordinación Asistencial en Farmacoterapia
- 19.5. Gestión de la hostelería, servicios complementarios y voluntariado
 - 19.5.1. La alimentación hospitalaria
 - 19.5.2. El servicio de lencería
 - 19.5.3. El voluntariado hospitalario

Módulo 20. Gestión de servicios transversales y primarios

- 20.1. Atención primaria de salud
 - 20.1.1. Capacidad resolutive de AP
 - 20.1.2. Atención a la comunidad: programas de salud
 - 20.1.3. Atención urgente y atención continuada. Modelo PAC y modelo servicios especiales de urgencias
- 20.2. Gestión del paciente complejo-crónico
 - 20.2.1. Modelos de Atención a la Cronicidad
 - 20.2.2. Situación actual en España
 - 20.2.3. De la Estrategia de Atención a la Cronicidad a la gestión del paciente crónico
 - 20.2.4. Cronicidad y Atención sociosanitaria
- 20.3. Experiencias en el empoderamiento del paciente: el paciente activo, escuela de pacientes
 - 20.3.1. El empoderamiento del paciente y la aportación enfermera
 - 20.3.2. El apoyo entre iguales
 - 20.3.3. El autocuidado y el apoyo al autocuidado
 - 20.3.4. Educación sanitaria y educación en autogestión
 - 20.3.5. Programas de autogestión. Características
 - 20.3.6. Programas de autogestión. Experiencias internacionales y en España

Módulo 21. Gestión de servicios ambulatorios

- 21.1. Gestión de servicios de Atención ambulatoria: hospitales de día y consultas externas
 - 21.1.1. Organización y funcionamiento del hospital de día
 - 21.1.2. Gestión del hospital de día oncohematológico
 - 21.1.3. Organización y gestión de consultas externas
- 21.2. Gestión de servicios extrahospitalarios
 - 21.2.1. Evolución histórica
 - 21.2.2. Centros coordinadores de emergencias
 - 21.2.3. Recursos humanos y competencias. Equipo implicado
 - 21.2.4. Coordinación con el resto de dispositivos de la red asistencial
 - 21.2.5. Indicadores de calidad de urgencias y emergencias
 - 21.2.6. Plan de catástrofes. Gestionar una catástrofe
- 21.3. Atención domiciliaria: modelos
 - 21.3.1. La hospitalización domiciliaria tipos y conceptos
 - 21.3.2. Criterios de selección de pacientes
 - 21.3.3. Cálculo y gestión de los recursos humanos y materiales
 - 21.3.4. Los cuidados paliativos en el domicilio. Técnicas y selección de pacientes
 - 21.3.5. Gestión del acompañamiento a la familia y del duelo
 - 21.3.6. La gestión de la sobrecarga del cuidador principal. Claudicación familiar
- 21.4. Salud Mental, conductas adictivas y trabajo social
 - 21.4.1. Introducción a la salud mental
 - 21.4.2. La atención integral
 - 21.4.3. Técnicas y procedimientos diagnósticos y terapéuticos comunes a todos los dispositivos
 - 21.4.4. Transversalidad y continuidad asistencial en el ámbito sanitario
 - 21.4.5. Trabajo social

Módulo 22. Toma de decisiones y gestión del tiempo

- 22.1. Toma de decisiones
 - 22.1.1. La decisión como proceso organizativo
 - 22.1.2. Fases del proceso de decisión
 - 22.1.3. Características de toda decisión
- 22.2. El proceso de la decisión. Técnicas
 - 22.2.1. Escuelas de dirección. Historia
 - 22.2.2. El marco de la función de dirigir y de la toma de decisiones
 - 22.2.3. Tipos de decisiones
 - 22.2.4. Características que debe cumplir una buena decisión
 - 22.2.5. Puntos clave a tener en cuenta en la toma de decisiones
 - 22.2.6. El proceso de razonamiento lógico
 - 22.2.7. Herramientas de ayuda en la toma de decisiones
- 22.3. Gestión del tiempo, del estrés y de la felicidad
 - 22.3.1. Introducción al estrés en los puestos directivos
 - 22.3.2. Pautas generales para prevenir y/o reducir la experiencia del estrés
 - 22.3.3. Gestión eficaz del tiempo
 - 22.3.4. La planificación de la agenda
 - 22.3.5. El tiempo personal y el tiempo profesional, en busca de la felicidad

Módulo 23. Creación de una marca personal

- 23.1. El perfil público
 - 23.1.1. Presentarnos al mundo. Nuestra huella digital
 - 23.1.2. Reputación digital. Las referencias positivas
 - 23.1.3. La carta de presentación en el 2.0
- 23.2. La entrevista de trabajo para optar a un puesto de gestión
 - 23.2.1. La entrevista
 - 23.2.2. Métodos para realizar una entrevista con éxito

Módulo 24. La comunicación interna en gestión

- 24.1. La comunicación
 - 24.1.1. Aproximación conceptual
 - 24.1.2. La comunicación interna en la organización sanitaria. ¿Tienes un plan?
 - 24.1.3. ¿Cómo se hace un plan de comunicación interna?
 - 24.1.4. Las herramientas. Evolución. De la nota de circulación interior a la Red Social Corporativa
- 24.2. Las reuniones
 - 24.2.1. Aproximación conceptual
 - 24.2.2. Las reuniones directivas y la gestión del tiempo
 - 24.2.3. Arquitectura de reuniones programadas de equipo. Una propuesta
 - 24.2.4. Claves del éxito en la preparación de una reunión
 - 24.2.5. Manejo de reuniones
- 24.3. Gestión de conflictos
 - 24.3.1. Aproximación conceptual
 - 24.3.2. Los conflictos laborales
 - 24.3.3. El cambio. Principal fuente de conflicto con la dirección
 - 24.3.4. Manejo de conflictos en los equipos de trabajo sanitarios

Módulo 25. Comunicación y marketing en salud

- 25.1. El Marketing y las redes sociales
 - 25.1.1. Aproximación conceptual
 - 25.1.2. Marketing en los servicios de salud
- 25.2. La comunicación en las organizaciones
 - 25.2.1. Aproximación conceptual
 - 25.2.2. ¿Qué comunicar en la organización sanitaria?
 - 25.2.3. Las TIC como herramienta de comunicación clave en la gestión clínica

- 25.3. Relaciones con agentes sociales usuarios y proveedores
 - 25.3.1. Financiación y aseguramiento
 - 25.3.2. Regulación: actores del sistema
 - 25.3.3. Mapa de relaciones, qué esperan unos de otros
- 25.4. Responsabilidad Social Corporativa. Buen Gobierno Sanitario
 - 25.4.1. Responsabilidad y ética en las organizaciones
 - 25.4.2. Principios y compromisos para desarrollar la responsabilidad social en el sistema nacional de salud
 - 25.4.3. Buen gobierno sanitario
 - 25.4.4. Buenas prácticas de gobierno

Módulo 26. Gestión de la docencia y la investigación. La investigación y la innovación: I+D+i en el entorno de la salud

- 26.1. Metodología de la investigación: Epidemiología y diseños de estudios de investigación y sesgos
 - 26.1.1. Epidemiología y epidemiología clínica
 - 26.1.2. Principales diseños de estudios en investigación clínica
 - 26.1.3. Calidad de los estudios: Fiabilidad y validez. Sesgos
- 26.2. Fuentes de información para la investigación y estrategias de búsqueda. Bases de datos
 - 26.2.1. Preguntas clínicas de investigación
 - 26.2.2. Fuentes de información
 - 26.2.3. Donde y como buscar la información
 - 26.2.4. Búsqueda
 - 26.2.5. Bases de datos
- 26.3. Lectura crítica de artículos
 - 26.3.1. Fases de la lectura crítica
 - 26.3.2. Herramientas para la lectura crítica
 - 26.3.3. Principales errores

- 26.4. Proyectos de investigación: recursos financieros. Desarrollo de productos y patentes
 - 26.4.1. Modelo español de investigación biomédica
 - 26.4.2. Diseño de un proyecto de investigación
 - 26.4.3. Financiación de la investigación
 - 26.4.4. Explotación de los resultados de investigación
- 26.5. Comunicación y divulgación de la investigación
 - 26.5.1. Informes de investigación
 - 26.5.2. Elección de la revista donde publicar
 - 26.5.3. Algunas recomendaciones de estilo



TECH te acercará a tus objetivos profesionales con este posgrado de actualización, con el que podrás dar respuesta a todos los retos actuales de la Dirección Médica y Jefatura de Servicio

04 Objetivos docentes

Este Grand Master tiene como objetivo forjar líderes capaces de gestionar y optimizar instituciones de salud con eficiencia y calidad. Así, los empresarios desarrollarán competencias en liderazgo estratégico, gestión financiera, implementación de tecnologías sanitarias y aseguramiento de la calidad asistencial. Además, adquirirán habilidades en comunicación efectiva, planificación estratégica y gestión de recursos humanos. De esta manera, los egresados se prepararán para asumir roles de alta Dirección y promover la innovación en el sector sanitario.



“

Liderarás la Transformación Digital en las organizaciones sanitarias para mejorar significativamente su eficiencia operativa”



Objetivos generales

- ♦ Definir las últimas tendencias y novedades en gestión empresarial
- ♦ Construir un plan de desarrollo y mejora de habilidades personales y directivas
- ♦ Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- ♦ Desarrollar la capacidad de detección, análisis y resolución de problemas
- ♦ Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- ♦ Explicar la empresa desde un punto de vista global, así como la responsabilidad que desarrolla cada área de la misma
- ♦ Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial
- ♦ Formular e implementar estrategias de crecimiento que adapten la empresa a los cambios del entorno nacional e internacional
- ♦ Analizar las teorías y modelos sobre la organización y funcionamiento de los Sistemas de Salud incidiendo en los fundamentos políticos, sociales, jurídicos, económicos y estructura organizativa de los mismos
- ♦ Mejorar el conocimiento y las competencias profesionales en la gestión en salud desde la visión de la gestión clínica, conociendo las herramientas metodológicas prácticas para aplicar en las áreas críticas de la gestión y dirección de salud tanto institucionales como del día a día
- ♦ Abordar la gestión clínica desde los criterios de eficacia, eficiencia, efectividad, equidad, rendimiento y rentabilidad y la solución de problemas mediante el adecuado uso de los sistemas de información
- ♦ Describir los principios de la dirección y gestión clínica que permiten la planificación, organización, gestión y evaluación de un centro, servicio o unidad asistencial
- ♦ Mostrar y valorar las iniciativas y experiencias avanzadas de gestión clínica y sanitaria
- ♦ Capacitar al profesional, mediante las habilidades básicas necesarias, para mejorar la resolución de problemas y para la toma de decisiones en la gestión clínica y asistencial diaria



Este Grand Master está diseñado para adaptarse a tu vida gracias a la modalidad 100% online. Así dominarás todo lo relacionado con la Dirección Médica y Jefatura de Servicio de un modo más eficiente”



Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo ético que integren principios de responsabilidad social empresarial en la toma de decisiones
- ♦ Capacitar en la implementación de políticas de responsabilidad social que generen un impacto positivo en la comunidad y el entorno

Módulo 2. Dirección estratégica y Management Directivo

- ♦ Ahondar en la formulación y ejecución de estrategias empresariales eficaces
- ♦ Obtener competencias en la gestión de equipos directivos para mejorar el rendimiento organizacional

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Profundizar en la gestión efectiva del talento humano, enfocándose en la atracción, desarrollo y retención de los empleados clave
- ♦ Ser capaz de crear y gestionar equipos de alto rendimiento alineados con los objetivos organizacionales

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- ♦ Manejar herramientas innovadoras para la toma de decisiones financieras estratégicas que optimicen los recursos y aseguren la rentabilidad de la empresa
- ♦ Capacitar en la elaboración y gestión de presupuestos, informes financieros y el análisis de la viabilidad de proyectos

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- ♦ Desarrollar competencias en la planificación, coordinación y control de las operaciones logísticas dentro de la cadena de suministro
- ♦ Optimizar los procesos operacionales y reducir los costos asociados a la logística empresarial

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- ♦ Optimizar la infraestructura tecnológica para asegurar la disponibilidad, seguridad y eficiencia de los sistemas de información de la organización
- ♦ Gestionar el desarrollo e implementación de soluciones digitales que apoyen la toma de decisiones estratégicas y mejoren la competitividad de la empresa

Módulo 7. Gestión Comercial, Marketing Estratégico y Comunicación Corporativa

- ♦ Formar en la creación y ejecución de estrategias comerciales y de marketing que alineen la oferta empresarial con las demandas del mercado
- ♦ Desarrollar competencias en la gestión de la comunicación corporativa para fortalecer la imagen de marca

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- ♦ Dominar el uso de herramientas y metodologías para realizar investigaciones de mercado que identifiquen oportunidades de negocio
- ♦ Gestionar campañas publicitarias efectivas y tomar decisiones estratégicas en la dirección comercial

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- ♦ Fomentar la capacidad para gestionar proyectos innovadores que aporten valor y diferencien a la empresa en el mercado
- ♦ Desarrollar competencias en la planificación, ejecución y control de proyectos con un enfoque en la innovación y la sostenibilidad

Módulo 10. Management Directivo

- ♦ Obtener habilidades para liderar equipos directivos en entornos empresariales dinámicos y globalizados
- ♦ Capacitar para la toma de decisiones estratégicas que optimicen los recursos y mejoren el desempeño organizacional

Módulo 11. Gestión Clínica

- ♦ Desarrollar competencias para gestionar los procesos clínicos dentro de los hospitales y centros de salud
- ♦ Implementar prácticas de gestión eficientes que mejoren la calidad de la atención al paciente, la coordinación entre profesionales de la salud y la optimización de recursos

Módulo 12. Planificación y control de las organizaciones sanitarias

- ♦ Capacitar en la planificación estratégica de organizaciones sanitarias, asegurando la correcta asignación de recursos, la mejora continua de los servicios y el cumplimiento de los objetivos
- ♦ Llevar a cabo un control efectivo de la gestión organizacional y el rendimiento operativo

Módulo 13. La división médica y asistencial en el sistema de salud

- ♦ Disponer de una comprensión profunda de la estructura y funcionamiento de la división médica y asistencial dentro del sistema de salud
- ♦ Evaluar cómo los diferentes componentes interactúan para asegurar la eficiencia en la atención médica y la distribución de recursos

Módulo 14. Gestión de la calidad

- ♦ Desarrollar habilidades para implementar sistemas de gestión de calidad en los servicios de salud
- ♦ Establecer políticas y procedimientos que garanticen altos estándares de atención, seguridad del paciente y satisfacción de los usuarios

Módulo 15. Gestión por competencias

- ♦ Ahondar en la gestión por competencias en el sector salud, permitiendo la identificación, desarrollo y evaluación de las competencias del personal médico y administrativo
- ♦ Ser capaz de mejorar el rendimiento y la calidad en los servicios de salud

Módulo 16. Seguridad del paciente

- ♦ Dominar las herramientas necesarias para implementar medidas de seguridad que protejan a los pacientes durante todo su proceso de atención, reduciendo riesgos y errores médicos
- ♦ Promover una cultura de seguridad en los entornos clínicos

Módulo 17. La acreditación de la calidad en salud

- ♦ Analizar los procesos de acreditación de calidad en el ámbito sanitario, entendiendo los estándares internacionales y las normativas que deben cumplirse
- ♦ Mantener las certificaciones de calidad, y aplicando estos principios para mejorar continuamente los servicios de salud

Módulo 18. Gestión de los servicios especiales y de hospitalización

- ♦ Desarrollar competencias para gestionar de manera eficiente los servicios especiales y las áreas de hospitalización
- ♦ Optimizar la atención a los pacientes y asegurando una administración efectiva de recursos humanos y materiales

Módulo 19. Gestión de los servicios centrales

- ♦ Profundizar en la gestión de los servicios centrales de una organización sanitaria, como la administración, los servicios de apoyo y la infraestructura
- ♦ Garantizar la eficiencia de los servicios de salud, contribuyendo a la mejora de la atención médica y la sostenibilidad operativa del centro

Módulo 20. Gestión de servicios transversales y primarios

- ♦ Examinar la gestión de servicios transversales y de atención primaria, optimizando el acceso a los servicios de salud
- ♦ Garantizar la eficiencia en el tratamiento de los pacientes a lo largo de su atención

Módulo 21. Gestión de servicios ambulatorios

- ♦ Obtener habilidades en la gestión de los servicios ambulatorios, desde la organización de consultas y tratamientos hasta la mejora de la atención al paciente
- ♦ Asegurar una atención rápida y de calidad, minimizando tiempos de espera y optimizando recursos

Módulo 22. Toma de decisiones y gestión del tiempo

- ♦ Capacitar en la toma de decisiones efectivas en la gestión de servicios de salud, desarrollando habilidades para priorizar tareas, gestionar el tiempo de manera eficiente y resolver problemas de manera oportuna
- ♦ Mejoran la productividad y los resultados en los equipos de salud

Módulo 23. Creación de una marca personal

- ♦ Crear y gestionar una marca personal, desarrollando una identidad profesional sólida y estrategias de comunicación que les permitan destacarse en el entorno sanitario
- ♦ Mejorar la reputación tanto dentro como fuera de la organización

Módulo 24. La comunicación interna en gestión

- ♦ Desarrollar estrategias efectivas de comunicación interna en las organizaciones de salud, fomentando la colaboración entre equipos
- ♦ Garantizar que la información fluya correctamente y mejorando el ambiente de trabajo y la eficiencia operativa





Módulo 25. Comunicación y marketing en salud

- ♦ Manejar estrategias de comunicación y marketing aplicadas al sector sanitario, utilizando herramientas digitales, campañas de concientización y estrategias de posicionamiento para mejorar la relación con los pacientes
- ♦ Optimizar la visibilidad de los servicios de salud

Módulo 26. Gestión de la docencia y la investigación. La investigación y la innovación: I+D+i en el entorno de la salud

- ♦ Disponer de las competencias necesarias para gestionar la docencia y la investigación en el ámbito de la salud
- ♦ Promover la innovación y el desarrollo en I+D+i para mejorar la calidad de los tratamientos, la atención y la eficiencia de los servicios sanitarios

05

Salidas profesionales

Este Grand Master se presenta como una vía estratégica para impulsar el desarrollo profesional de quienes aspiran a liderar con solvencia las estructuras clínicas y organizativas de centros hospitalarios. Gracias a su enfoque integral, este programa universitario brindará a los empresarios las herramientas necesarias para asumir con éxito funciones directivas en el ámbito de la gestión sanitaria, combinando el conocimiento clínico con competencias avanzadas en administración, liderazgo y planificación estratégica. De este modo, los egresados estarán capacitados para desempeñarse en la dirección médica, la jefatura de servicios, la coordinación asistencial o la gestión de Unidades Clínicas y Hospitalarias.





“

Implementarás prácticas sostenibles y responsables dentro de las entidades sanitarias, impulsando la eficiencia energética”

Perfil del egresado

El egresado será un profesional altamente capacitado para gestionar y dirigir servicios médicos con eficiencia y excelencia. A su vez, poseerá un profundo conocimiento sobre las estrategias administrativas, las tecnologías de salud y las normativas sanitarias, aspectos clave para optimizar la atención al paciente y la operatividad institucional. Además, este experto estará preparado para diseñar e implementar planes estratégicos, colaborar con equipos multidisciplinarios y asumir roles especializados que promuevan una gestión sanitaria de calidad.

Identificarás oportunidades de crecimiento que te permitirán desarrollar nuevos servicios y establecer alianzas estratégicas para expandir la presencia de los Servicios de Salud en el mercado.

- ♦ **Liderazgo y Gestión de Equipos:** liderar y motivar equipos multidisciplinarios, fomentando un ambiente de colaboración y alto rendimiento para alcanzar los objetivos institucionales y mejorar la calidad de los servicios de salud
- ♦ **Gestión Financiera y Presupuestaria:** administrar eficientemente los recursos financieros, elaborar presupuestos, controlar costos y optimizar las inversiones, garantizando la sostenibilidad y rentabilidad de las instituciones de salud
- ♦ **Innovación y Tecnología en Salud:** manejar las últimas tecnologías sanitarias y herramientas digitales, desde sistemas de gestión hospitalaria hasta tecnologías médicas avanzadas, para mejorar la eficiencia operativa y la atención al paciente
- ♦ **Gestión de la Calidad y Mejora Continua:** implementar y supervisar sistemas de gestión de calidad, asegurando el cumplimiento de estándares internacionales y promoviendo la mejora continua de los procesos y servicios de salud



Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Director de Hospitales y Servicios de Salud:** administrador de hospitales y centros de salud, supervisando todas las operaciones diarias y asegurando la calidad en la atención al paciente.
- 2. Gerente de Operaciones de Salud:** encargado de optimizar los procesos operativos de los servicios de salud, incluyendo la gestión de recursos humanos, logística y coordinación de servicios para garantizar un funcionamiento eficiente.
- 3. Consultor en Gestión Sanitaria:** asesorar en instituciones de salud sobre estrategias de mejora, eficiencia operativa, incremento de la rentabilidad y expansión de servicios mediante la implementación de mejores prácticas administrativas.
- 4. Coordinador de Recursos Humanos en Salud:** gestor del capital humano de las instituciones sanitarias, incluyendo el reclutamiento, la capacitación, la evaluación del desempeño y la retención del personal.
- 5. Gerente de Finanzas Hospitalarias:** gestor financiero de hospitales y centros de salud, incluyendo la elaboración de presupuestos, el control de costos, la planificación financiera y la optimización de inversiones.
- 6. Director de Atención al Paciente:** responsable de garantizar una excelente experiencia para los pacientes, manejando la satisfacción del cliente, la resolución de quejas y la implementación de mejoras en el servicio.
- 7. Gerente de Tecnología en Salud:** supervisor de la infraestructura tecnológica de las instituciones sanitarias, implementando sistemas de gestión hospitalaria, tecnologías médicas avanzadas y asegurando la ciberseguridad.
- 8. Coordinador de Calidad y Seguridad en Salud:** encargado de implementar y supervisar sistemas de gestión de calidad y seguridad, asegurando el cumplimiento de estándares internacionales y promoviendo la mejora continua de los procesos y servicios de salud.
- 9. Gerente de Marketing y Comunicación Sanitaria:** desarrollador de estrategias de marketing y comunicación para promover los servicios de la institución, atraer nuevos pacientes y fortalecer la imagen institucional.
- 10. Director de Innovación en Salud:** líder de proyectos de innovación tecnológica y de procesos dentro de las instituciones sanitarias, promoviendo la adopción de nuevas tecnologías y metodologías para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio.



Diseñarás planes estratégicos de Salud a largo plazo, alineando las metas de las instituciones con las tendencias del mercado y las demandas de la comunidad"

06

Metodología de estudio

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

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo 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.



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos 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

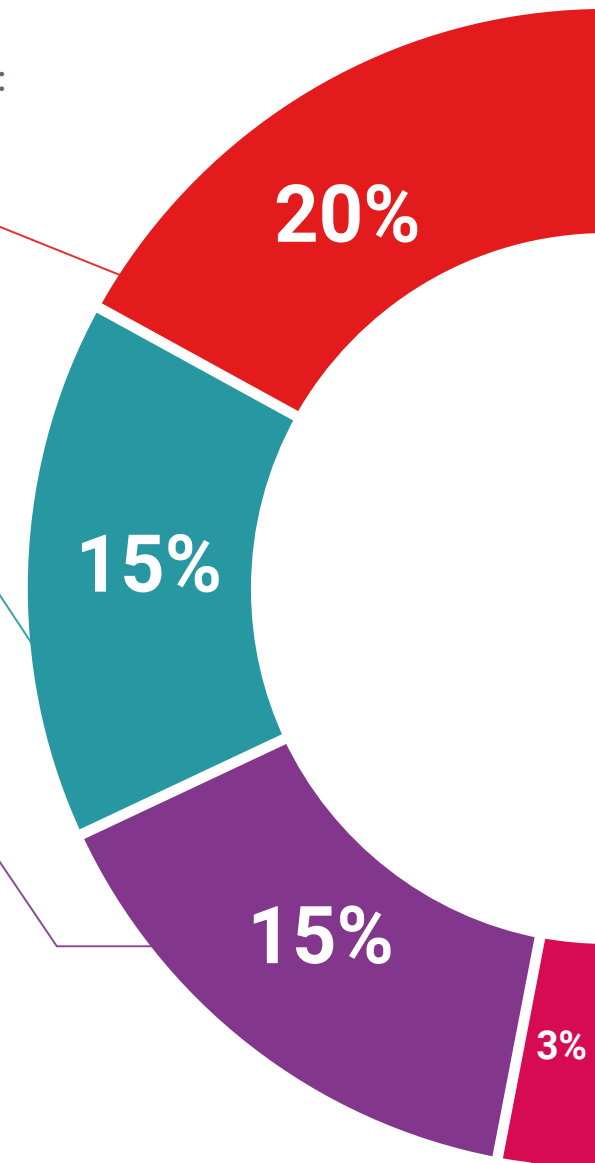
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

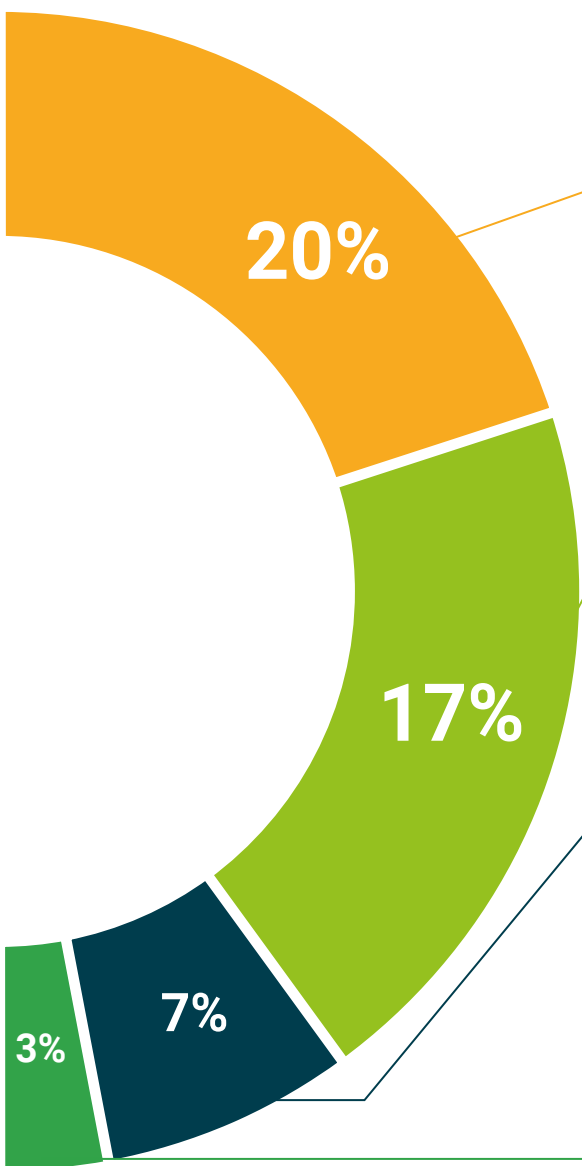
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



07

Cuadro docente

La prioridad de TECH consiste en ofrecer los programas universitarios más completos y actualizados del panorama académico, por lo que selecciona con minuciosidad sus respectivos claustros docentes. Para la impartición de este Grand Master, se ha hecho con los servicios de los mejores especialistas en el campo de la Dirección Médica y Jefatura de Servicio. De este modo, han confeccionado diversos materiales didácticos que destacan tanto por su elevada calidad como por ajustarse a los requerimientos del mercado laboral actual. Así, los egresados disfrutarán de una experiencia inmersiva que optimizará su práctica clínica diaria.





“

*Contarás con el apoyo de un grupo docente
integrado por auténticas referencias en el ámbito
de la Dirección Médica y Jefatura de Servicio”*

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 **sintetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación a ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado** y una **auténtica pasión por los productos**.

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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



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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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



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

Dirección



Dña. Maisani, Pauline

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



08

Titulación

El Grand Master MBA en Dirección Médica y Jefatura de Servicio garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Grand Master MBA en Dirección Médica y Jefatura de Servicio** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

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

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

TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, la red internacional que reúne a las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo. Esta distinción reafirma su compromiso con la excelencia en la gestión responsable y la capacitación para directivos.

Aval/Membresía



Título: **Grand Master MBA en Dirección Médica y Jefatura de Servicio**

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

Duración: **2 años**



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

futuro
salud confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web formación
aula virtual idiomas



Grand Master
MBA Dirección Médica
y Jefatura de Servicio

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

MBA en Dirección Médica y Jefatura de Servicio

Aval/Membresía

The background of the slide is a photograph of two male doctors in white lab coats. They are standing in a clinical setting, looking down at a tablet computer held by one of the doctors. The doctor in the foreground is wearing a gold watch and has a stethoscope around his neck. The image is partially obscured by a diagonal white line that separates the text area from the bottom right corner.

tech
universidad