

Máster Título Propio

MBA Dirección de Clínicas Dentales

Aval/Membresía



tech global
university



Máster Título Propio MBA Dirección de Clínicas Dentales

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

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-clinicas-dentales

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. 24

05

Salidas profesionales

pág. 30

06

Metodología de estudio

pág. 34

07

Cuadro docente

pág. 44

08

Titulación

pág. 68

01

Presentación del programa

La gestión eficiente de Clínicas Dentales se ha convertido en un desafío creciente en un entorno sanitario cada vez más competitivo, tecnológicamente avanzado y orientado al paciente.

Diversas instituciones internacionales, como la *American Dental Education Association (ADEA)* y la *European Dental Students' Association (EDSA)*, han subrayado la importancia de complementar la preparación clínica con competencias en administración, finanzas, marketing sanitario y liderazgo organizacional. En este contexto, TECH responde a esta necesidad al diseñar este posgrado que proporcionará a los empresarios herramientas avanzadas para la toma de decisiones estratégicas, la optimización de recursos y la innovación en la atención al paciente. Todo ello, a partir de una metodología 100% online, dinámica 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 Odontología contemporánea no solo demanda destreza clínica, sino también habilidades estratégicas para gestionar con eficacia los entornos empresariales donde se desarrollan los servicios dentales. Por ello, cada vez más profesionales del sector buscan especializarse en áreas como la administración, la gestión de recursos humanos, el liderazgo organizacional y el control financiero.

Con el fin de dar respuesta a este contexto, TECH ha diseñado este MBA en Dirección de Clínicas Dentales que les permitirá a los empresarios asumir posiciones directivas, desde una perspectiva moderna e internacional. Este programa universitario incluirá una estructura académica orientada a las necesidades reales del mercado. Así, los profesionales abordarán contenidos clave como la gestión económica y financiera del centro odontológico, la planificación estratégica, la gestión del talento humano y el marketing sanitario. Asimismo, se proporcionará una visión integral de la innovación en el sector, con énfasis en la digitalización de procesos y el uso de nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del paciente y la rentabilidad del negocio.

TECH ofrecerá esta titulación en una modalidad 100% online, lo que facilita la compatibilidad con otras responsabilidades personales y laborales. El acceso a los contenidos estará disponible en todo momento desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Además, se aplicará la metodología *Relearning*, basada en la repetición inteligente de conceptos clave, lo que garantiza una experiencia académica profunda, flexible y adaptada al ritmo individual de cada egresado. En adición, unos reconocidos Directores Invitados Internacionales impartirán unas disruptivas *Masterclasses*.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de la **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 **MBA en Dirección de Clínicas Dentales** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Negocios
- ♦ 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 de MBA en Dirección de Clínicas Dentales 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



Unos prestigiosos Directores Invitados Internacionales brindarán unas exhaustivas Masterclasses que analizarán las últimas tendencias en Dirección de Clínicas Dentales”

“

Dispondrás de un conocimiento integral relativo a las normativas legales y éticas que rigen el ámbito de la atención dental”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de los Negocios, 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.

Este programa universitario te brindará las herramientas ideales para gestionar eficientemente todos los aspectos operativos de una Clínica Dental, entre ellos, el manejo de inventarios y el control de procesos internos.

Gracias al Relearning de TECH podrás assimilar los conceptos esenciales de una forma rápida, natural y precisa.



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 metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

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

La mayor universidad digital del mundo

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

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

Los materiales didácticos que conforman este MBA han sido elaborados por un grupo de expertos en Gestión Empresarial y Odontología. Gracias a esto, el plan de estudios profundizará en los aspectos clave de la administración de Clínicas Dentales, desde la planificación estratégica y la gestión financiera, hasta el marketing digital y la optimización de recursos. Además, el temario abordará metodologías innovadoras para mejorar la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la fidelización de pacientes, permitiendo a los egresados implementar soluciones efectivas y adaptadas a las necesidades del sector





“

Liderarás Clínicas Dentales con una gestión innovadora que impulse su crecimiento y excelencia en el servicio”

Módulo 1. Pilares de la gestión de Clínicas Dentales

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

Módulo 2. Diseño de tu Clínica Dental

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

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

Módulo 3. Introducción al marketing

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

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

Módulo 4. Marketing 2.0

- 4.1. La importancia del branding para la diferenciación
 - 4.1.1. Identidad visual
 - 4.1.2. Las etapas del *branding*
 - 4.1.3. Branding como estrategia de diferenciación
 - 4.1.4. Arquetipos de jung para dar personalidad a tu marca
- 4.2. La web y el blog corporativo de la Clínica Dental
 - 4.2.1. Claves de una web efectiva y funcional
 - 4.2.2. Elección del tono de voz de los canales de comunicación
 - 4.2.3. Ventajas de tener un blog corporativo
- 4.3. Uso efectivo de las redes sociales
 - 4.3.1. La importancia de la estrategia en redes sociales
 - 4.3.2. Herramientas de automatización para las redes sociales
- 4.4. Uso de la mensajería instantánea
 - 4.4.1. Importancia de una comunicación directa con tus pacientes
 - 4.4.2. Canal para promociones personalizadas o mensajes masivos

- 4.5. Importancia de la narrativa transmedia en la comunicación 2.0
- 4.6. Cómo crear bases de datos a través de la comunicación
- 4.7. Google Analytics para medir el impacto de tu comunicación 2.0
- 4.8. Análisis de la situación
 - 4.8.1. Análisis de la situación externa
 - 4.8.2. Análisis de la situación interna
- 4.9. Determinación de objetivos
 - 4.9.1. Puntos clave en el establecimiento de objetivos
- 4.10. Elección de estrategias
 - 4.10.1. Tipos de estrategias
- 4.11. Plan de acción
- 4.12. Presupuestos
 - 4.12.1. Asignación presupuestaria
 - 4.12.2. Previsión de resultados
- 4.13. Métodos de control y seguimiento

Módulo 5. El valor del capital humano

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

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

Módulo 6. Gestión de equipos

- 6.1. Qué es el liderazgo personal
- 6.2. La importancia de aplicar la regla del 33%
- 6.3. Ventajas de implantar una cultura de liderazgo en la Clínica Dental
- 6.4. ¿Qué tipo de liderazgo es mejor para dirigir tu Clínica Dental?
 - 6.4.1. Liderazgo autocrático
 - 6.4.2. Liderazgo por objetivos
 - 6.4.3. Liderazgo por valores





- 6.5. Habilidades de liderazgo personales
 - 6.5.1. Pensamiento estratégico
 - 6.5.2. La importancia de la visión del líder
 - 6.5.3. Cómo desarrollo una actitud autocrítica saludable
- 6.6. Habilidades de liderazgo interpersonales
 - 6.6.1. La comunicación asertiva
 - 6.6.2. La capacidad de delegar
 - 6.6.3. Dar y recibir *feedback*
- 6.7. Inteligencia emocional aplicada a la resolución de conflictos
 - 6.7.1. Identificar las emociones básicas de actuar
 - 6.7.2. La importancia de la escucha activa
 - 6.7.3. La empatía como habilidad personal clave
 - 6.7.4. Cómo identificar un secuestro emocional
 - 6.7.5. Cómo alcanzar acuerdos *win-win*
- 6.8. Los beneficios de la técnica de las constelaciones organizacionales
- 6.9. Técnicas de motivación para retener el talento
 - 6.9.1. El reconocimiento
 - 6.9.2. Asignación de responsabilidades
 - 6.9.3. Promoción de la salud laboral
 - 6.9.4. Ofrecer incentivos
- 6.10. La importancia de la evaluación de desempeño

Módulo 7. Calidad y gestión del tiempo en la Clínica Dental

- 7.1. Calidad aplicada a los tratamientos ofertados
 - 7.1.1. Definición de calidad en odontología
 - 7.1.2. Estandarización de procesos en la Clínica Dental
- 7.2. Principios de gestión de la calidad
 - 7.2.1. Qué es un sistema de gestión de la calidad
 - 7.2.2. Beneficios para la organización
- 7.3. Calidad en el desempeño de tareas
 - 7.3.1. Protocolos: definición
 - 7.3.2. Protocolos: objetivos de su aplicación
 - 7.3.3. Protocolos: beneficios de su aplicación
 - 7.3.4. Ejemplo práctico: protocolo de las visitas

- 7.4. Herramientas de seguimiento y revisión de los protocolos
- 7.5. La mejora continua en las Clínicas Dentales
 - 7.5.1. Qué es la mejora continua
 - 7.5.2. Fase 1: consultoría
 - 7.5.3. Fase 2: aprendizaje
 - 7.5.4. Fase 3: seguimiento
- 7.6. Calidad en la satisfacción del paciente
 - 7.6.1. Encuestas de satisfacción
 - 7.6.2. Aplicación de la encuesta de satisfacción
 - 7.6.3. Informes de mejora
- 7.7. Casos prácticos de calidad en la Clínica Dental
 - 7.7.1. Caso práctico 1: protocolo de gestión de urgencias
 - 7.7.2. Caso práctico 2: elaboración de encuesta de satisfacción
- 7.8. Gestión de la seguridad y salud en el trabajo de una Clínica Dental
 - 7.8.1. Importancia de definir las tareas principales en la Clínica Dental
 - 7.8.2. Técnica de productividad "una tarea, un solo responsable"
 - 7.8.3. Gestores de tareas digitales
- 7.9. Estandarización del tiempo en los tratamientos odontológicos
 - 7.9.1. La importancia de recoger datos de tiempo
 - 7.9.2. Cómo documentar la estandarización de tiempos
- 7.10. Metodología de la investigación para optimizar procesos de calidad
- 7.11. Descripción del modelo de gestión de calidad para servicios odontológicos
- 7.12. La auditoría sanitaria: fases

Módulo 8. Gestión de compras y almacén

- 8.1. La importancia de una correcta planificación de compras
- 8.2. Responsabilidades de la función de compras en una Clínica Dental
- 8.3. La gestión eficiente de nuestro almacén
 - 8.3.1. Costes de almacenaje
 - 8.3.2. Inventario de seguridad
 - 8.3.3. Registro de entradas y salidas de material

- 8.4. Etapas del proceso de compras
 - 8.4.1. Búsqueda de información y planteamiento de alternativas
 - 8.4.2. Evaluación y toma de decisión
 - 8.4.3. Seguimiento y monitorización
- 8.5. Formas de ejecutar las cuentas y gestión de cuentas
 - 8.5.1. Ajustando el tipo de pedido a nuestras necesidades
 - 8.5.2. Gestión de riesgos
- 8.6. Relación con el proveedor
 - 8.6.1. Tipos de relaciones
 - 8.6.2. Política de pagos
- 8.7. La negociación en las compras
 - 8.7.1. Conocimientos y habilidades necesarios
 - 8.7.2. Etapas del proceso de negociación
 - 8.7.3. Consejos para negociar con éxito
- 8.8. La calidad en las compras
 - 8.8.1. Beneficios para el conjunto de la clínica
 - 8.8.2. Parámetros de medida
- 8.9. Indicadores de eficiencia
- 8.10. Nuevas tendencias en la gestión de compras

Módulo 9. Costes y finanzas aplicados a Clínicas Dentales

- 9.1. Principios básicos de economía
- 9.2. El balance
 - 9.2.1. Composición del balance
 - 9.2.2. Activo
 - 9.2.3. Pasivo
 - 9.2.4. Patrimonio neto
 - 9.2.5. Interpretación del balance
- 9.3. La cuenta de resultados
 - 9.3.1. Composición de la cuenta de resultados
 - 9.3.2. Interpretación de la cuenta de resultados

- 9.4. Introducción a la contabilidad de costes
- 9.5. Beneficios de su aplicación
- 9.6. Costes fijos en la Clínica Dental
 - 9.6.1. Definición de costes fijos
 - 9.6.2. Costes fijos de una Clínica Dental tipo
 - 9.6.3. Coste/hora del profesional
- 9.7. Costes variables en la Clínica Dental
 - 9.7.1. Definición de costes variables
 - 9.7.2. Costes variables de una Clínica Dental tipo
- 9.8. Coste/hora de una Clínica Dental
- 9.9. El escandalo de tratamientos
- 9.10. Beneficio del tratamiento
- 9.11. Estrategia de *pricing*
- 9.12. Introducción
- 9.13. Las facturas y otros documentos de pago
 - 9.13.1. La factura: significado y contenido mínimo
 - 9.13.2. Otros documentos de pago
- 9.14. Gestión de cobros y pagos
 - 9.14.1. Organización administrativa
 - 9.14.2. La gestión de cobros y pagos
 - 9.14.3. El presupuesto de tesorería
 - 9.14.4. Análisis ABC de pacientes
 - 9.14.5. Los impagados
- 9.15. Modalidades de financiación externa
 - 9.15.1. Financiación bancaria
 - 9.15.2. Leasing (arrendamiento financiero)
 - 9.15.3. Diferencias entre *leasing* y *renting*
 - 9.15.4. Descuento de efectos comerciales
- 9.16. Análisis de liquidez de tu clínica
- 9.17. Análisis de rentabilidad de tu clínica
- 9.18. Análisis de endeudamiento

Módulo 10. Odontología dental

- 10.1. Conceptos básicos
 - 10.1.1. Definición y objetivos
 - 10.1.2. Ámbito de aplicación
 - 10.1.3. Acto clínico
 - 10.1.4. El dentista
- 10.2. Principios generales
 - 10.2.1. Principio de igualdad de los pacientes
 - 10.2.2. Prioridad de los intereses del paciente
 - 10.2.3. Deberes vocacionales del dentista
- 10.3. La atención del paciente
 - 10.3.1. Trato con el paciente
 - 10.3.2. El paciente menor de edad
 - 10.3.3. Libertad de elección del facultativo
 - 10.3.4. Libertad de aceptación y rechazo de pacientes
- 10.4. La historia clínica
- 10.5. Información al paciente
 - 10.5.1. Derecho del paciente a la información clínica
 - 10.5.2. Consentimiento informado
 - 10.5.3. Informes clínicos
- 10.6. El secreto profesional
 - 10.6.1. Concepto y contenido
 - 10.6.2. Extensión de la obligación
 - 10.6.3. Excepciones al mantenimiento del secreto profesional
 - 10.6.4. Archivos informáticos
- 10.7. Publicidad
 - 10.7.1. Requisitos básicos de la publicidad profesional
 - 10.7.2. Mención de títulos
 - 10.7.3. Publicidad profesional
 - 10.7.4. Actuaciones con posible efecto publicitario

Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. Liderazgo
 - 11.2.1. Liderazgo. Una aproximación conceptual
 - 11.2.2. Liderazgo en las empresas
 - 11.2.3. La importancia del líder en la dirección de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.3.3. Gestión de la Diversidad
- 11.4. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.4.1. Concepto de Desarrollo Directivo
 - 11.4.2. Concepto de Liderazgo
 - 11.4.3. Teorías del Liderazgo
 - 11.4.4. Estilos de Liderazgo
 - 11.4.5. La inteligencia en el Liderazgo
 - 11.4.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética y Moral
 - 11.5.2. Ética Empresarial
 - 11.5.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.6. Sostenibilidad
 - 11.6.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Las empresas sostenibles
- 11.7. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.1. Dimensión internacional de la Responsabilidad Social de las Empresas
 - 11.7.2. Implementación de la Responsabilidad Social de la Empresa
 - 11.7.3. Impacto y medición de la Responsabilidad Social de la Empresa

- 11.8. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.8.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.8.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.8.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.8.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.9. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.9.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.10. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.10.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.10.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 12.4.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 12.4.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 12.4.3. Fidelización y retención
 - 12.4.4. Proactividad e innovación

- 12.5. Motivación
 - 12.5.1. La naturaleza de la motivación
 - 12.5.2. La teoría de las expectativas
 - 12.5.3. Teorías de las necesidades
 - 12.5.4. Motivación y compensación económica
- 12.6. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.6.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.6.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.7. Gestión del cambio
 - 12.7.1. Gestión del cambio
 - 12.7.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.7.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.8. Negociación y gestión de conflictos
 - 12.8.1. Negociación
 - 12.8.2. Gestión de Conflictos
 - 12.8.3. Gestión de Crisis
- 12.9. Comunicación directiva
 - 12.9.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.9.2. Departamentos de Comunicación
 - 12.9.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.10. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.10.1. La productividad
 - 12.10.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección económico-financiera

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

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

Módulo 14. *Management directivo*

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





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

“

Obtendrás una mentalidad innovadora, capaz de identificar las tendencias emergentes en el campo de la salud dental"

04

Objetivos docentes

Este MBA tiene como principal objetivo preparar empresarios capaces de liderar con éxito centros odontológicos, integrando conocimientos avanzados en administración, marketing, finanzas y recursos humanos con una comprensión profunda del sector salud. Así, el programa proporcionará una visión global y actualizada de la dirección empresarial, con el fin de que puedan asumir roles de liderazgo y tomar decisiones estratégicas con fundamento en datos, análisis de mercado y buenas prácticas gerenciales.





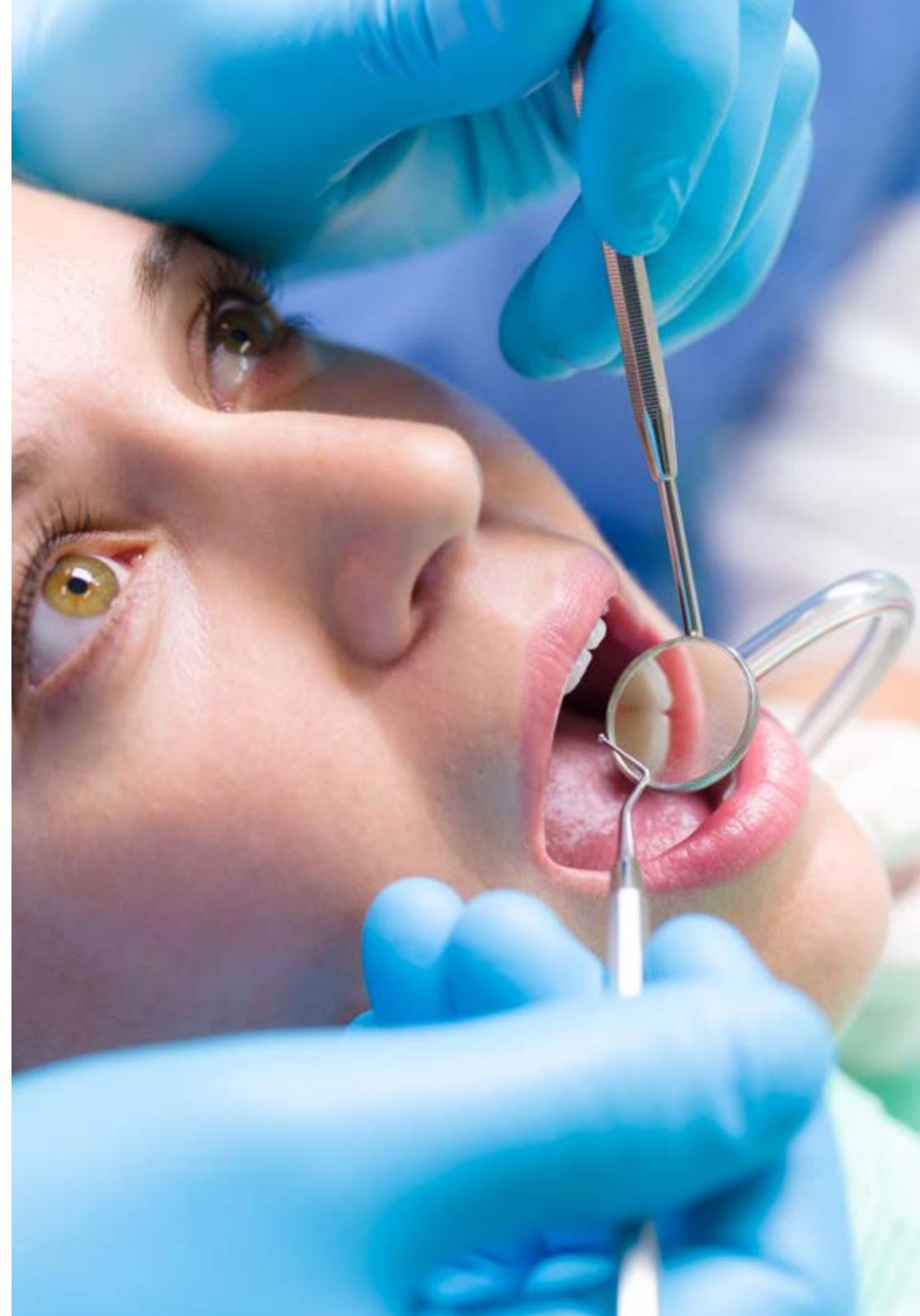
“

Desarrollarás competencias avanzadas para optimizar los servicios de salud dental, asegurando una atención de alta calidad centrada en los pacientes”



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar conocimientos avanzados en gestión de Clínicas Dentales, comprendiendo su impacto en la eficiencia operativa y en la calidad del servicio al paciente
- ♦ Identificar estrategias de planificación financiera, análisis de costes y rentabilidad para optimizar la viabilidad económica de una Clínica Dental
- ♦ Implementar herramientas de gestión de recursos humanos para la captación, retribución y retención del talento dentro de una Clínica Dental
- ♦ Integrar estrategias de marketing y comunicación digital para mejorar la captación y fidelización de pacientes, posicionando la clínica en el mercado
- ♦ Aplicar técnicas de liderazgo y gestión de equipos para potenciar el desempeño del personal y mejorar el clima organizacional dentro de la Clínica
- ♦ Utilizar metodologías de mejora continua y calidad en la gestión de los tratamientos odontológicos, asegurando protocolos de actuación eficaces
- ♦ Diseñar e implementar estrategias de compra y almacenamiento de insumos odontológicos que optimicen costos y reduzcan desperdicios
- ♦ Fomentar la actualización constante en tendencias de dirección y gestión de Clínicas Dentales, asegurando la innovación y competitividad del negocio





Objetivos específicos

Módulo 1. Pilares de la gestión de Clínicas Dentales

- ♦ Comprender el concepto de gestión y su aplicación en Clínicas Dentales
- ♦ Analizar la estructura organizativa y jerarquización de roles en una clínica
- ♦ Identificar modelos de éxito en gestión odontológica a nivel nacional e internacional
- ♦ Evaluar la figura del directivo en una Clínica Dental y sus funciones clave

Módulo 2. Diseño de tu Clínica Dental

- ♦ Analizar la evolución y tendencias del sector clínico-dental en mercados locales e internacionales
- ♦ Implementar análisis DAFO y estrategias competitivas para el posicionamiento de la clínica
- ♦ Diseñar modelos de negocio innovadores utilizando la metodología Lean Startup
- ♦ Establecer una propuesta de valor diferenciadora para atraer y fidelizar pacientes

Módulo 3. Introducción al marketing

- ♦ Comprender los fundamentos del marketing y su aplicación en Clínicas Dentales
- ♦ Analizar estrategias de fidelización de pacientes mediante herramientas digitales
- ♦ Implementar el marketing de recomendación y el marketing de contenidos para potenciar la captación de clientes
- ♦ Explorar técnicas de *inbound* marketing, email marketing y marketing de *influencers*

Módulo 4. Marketing 2.0

- ♦ Desarrollar estrategias de *branding* para diferenciar la clínica en el mercado
- ♦ Optimizar el uso de redes sociales y mensajería instantánea en la comunicación con pacientes
- ♦ Aplicar técnicas de narrativa transmedia en la estrategia de comunicación digital
- ♦ Implementar métodos de control y seguimiento para evaluar la eficacia de campañas

Módulo 5. El valor del capital humano

- ♦ Diseñar organigramas eficientes para la gestión del equipo clínico
- ♦ Aplicar estrategias de selección, contratación y retención del talento en Odontología
- ♦ Definir políticas de retribución fija y variable alineadas con los objetivos de la Clínica
- ♦ Optimizar la gestión de nóminas y seguridad social en Clínicas Dentales

Módulo 6. Gestión de equipos

- ♦ Aplicar técnicas de liderazgo para la gestión eficaz de equipos en la clínica
- ♦ Desarrollar habilidades interpersonales para la comunicación y resolución de conflictos
- ♦ Implementar estrategias de motivación y retención del talento humano
- ♦ Desarrollar una cultura de liderazgo que fomente la excelencia profesional

Módulo 7. Calidad y gestión del tiempo en la Clínica Dental

- ♦ Aplicar sistemas de gestión de calidad para optimizar la atención al paciente
- ♦ Implementar protocolos de atención y seguimiento de satisfacción del paciente
- ♦ Estandarizar tiempos en los tratamientos odontológicos para mejorar la eficiencia operativa
- ♦ Evaluar auditorías sanitarias y herramientas de seguimiento de calidad

Módulo 8. Gestión de compras y almacén

- ♦ Optimizar la planificación de compras en Clínicas Dentales para reducir costos
- ♦ Diseñar estrategias de negociación con proveedores y control de inventarios
- ♦ Implementar métodos de almacenamiento eficientes para minimizar desperdicios
- ♦ Aplicar indicadores de eficiencia en la gestión de insumos clínicos

Módulo 9. Costes y finanzas aplicados a Clínicas Dentales

- ♦ Analizar estados financieros y balances para la toma de decisiones estratégicas
- ♦ Implementar estrategias de *pricing* para maximizar la rentabilidad de los tratamientos
- ♦ Gestionar la tesorería y planificación financiera de la clínica
- ♦ Evaluar opciones de financiación externa e interna para la expansión del negocio

Módulo 10. Odontología dental

- ♦ Comprender la importancia del trato con el paciente en el ámbito odontológico
- ♦ Implementar sistemas de historia clínica y documentación del paciente
- ♦ Evaluar estrategias de publicidad y comunicación en servicios odontológicos
- ♦ Garantizar la seguridad y confidencialidad en la gestión de datos clínicos

Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- ♦ Analizar el impacto del liderazgo en la dirección de Clínicas Dentales
- ♦ Desarrollar estrategias de responsabilidad social corporativa en el sector odontológico
- ♦ Evaluar modelos de gobernanza y ética en la gestión empresarial
- ♦ Integrar prácticas sostenibles y de desarrollo social en la clínica

Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Diseñar estrategias de gestión de talento en Clínicas Dentales
- ♦ Implementar modelos de evaluación de desempeño y desarrollo profesional
- ♦ Aplicar estrategias de negociación y gestión de conflictos en el entorno clínico
- ♦ Desarrollar programas de motivación y bienestar laboral



Módulo 13. Dirección económico-financiera

- ♦ Analizar el entorno macroeconómico y su impacto en la gestión clínica
- ♦ Evaluar estrategias de planificación y control financiero
- ♦ Implementar modelos de gestión de riesgos en Clínicas Dentales
- ♦ Diseñar estrategias de financiación empresarial y optimización de recursos

Módulo 14. Management directivo

- ♦ Aplicar técnicas avanzadas de gestión en la Dirección de Clínicas Dentales
- ♦ Desarrollar estrategias de comunicación y liderazgo organizacional
- ♦ Implementar planes de crisis y gestión del cambio en entornos clínicos
- ♦ Evaluar la importancia del branding personal en la gestión empresarial

“

Este MBA cuenta con una amplia gama de recursos multimedia de apoyo como lecturas especializadas, vídeos explicativos o resúmenes interactivos”

05

Salidas profesionales

Este completísimo programa universitario representa una oportunidad sin igual para todos los empresarios que desean actualizar sus competencias y dominar las herramientas de gestión estratégica más innovadoras para la gestión de Clínicas Dentales. De esta forma, al finalizar la capacitación, los egresados estarán elevadamente preparados para acceder a roles estratégicos de mayor responsabilidad en las instituciones más prestigiosas a escala global.





“

¿Quieres desempeñarte como Director de las Clínicas Dentales más reconocidas? Este plan de estudios te proporcionará las claves para lograrlo”

Perfil del egresado

El egresado será un profesional altamente capacitado para la gestión, administración y optimización de clínicas odontológicas. Además, contará con habilidades avanzadas en planificación financiera, gestión de recursos humanos, marketing digital y estrategias de calidad. También, tendrá la capacidad de analizar modelos de negocio, implementar mejoras continuas y desarrollar planes estratégicos que maximicen la rentabilidad y competitividad de su clínica. En definitiva, este experto estará listo para asumir roles de liderazgo en empresas del sector salud, dirigir proyectos de innovación y contribuir a la transformación digital de la Odontología.

Diseñarás campañas de Marketing altamente creativas que fidelizarán a los clientes a largo plazo y aumentarán la visibilidad de las Clínicas Dentales.

- ♦ **Gestión Estratégica en Clínicas Dentales:** diseñar e implementar planes de negocio innovadores que optimicen la operatividad y sostenibilidad financiera de la clínica
- ♦ **Optimización de Procesos Empresariales:** mejorar la eficiencia en la gestión de recursos, planificación de insumos y control financiero de la Clínica Dental
- ♦ **Marketing Digital y Captación de Pacientes:** dominar estrategias de marketing odontológico, fidelización de clientes y branding para fortalecer la presencia de la clínica en el sector
- ♦ **Liderazgo y Gestión de Equipos:** motivar, organizar y dirigir equipos multidisciplinarios dentro de la clínica, garantizando un ambiente laboral productivo y eficiente





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

- 1. Director de Clínica Dental:** gestor de la planificación estratégica, gestión financiera y supervisión operativa de clínicas odontológicas, asegurando su rentabilidad y crecimiento.
- 2. Gestor Financiero en Clínicas Dentales:** encargado del análisis de costos, planificación presupuestaria y optimización de recursos económicos para mejorar la sostenibilidad financiera del negocio.
- 3. Analista de Marketing y Expansión de Clínicas Dentales:** responsable de la implementación de estrategias de marketing digital, captación de pacientes y posicionamiento de la clínica en el mercado.
- 4. Consultor en Gestión de Clínicas Dentales:** asesor especializado en la optimización de procesos administrativos, gestión de equipos y aplicación de modelos de negocio en el sector odontológico.
- 5. Coordinador de Calidad y Gestión de Pacientes:** encargado de la implementación de sistemas de calidad, protocolos de atención y estrategias de fidelización para mejorar la experiencia del paciente.
- 6. Supervisor de Compras y Almacén en Clínicas Odontológicas:** encargado de la planificación, negociación con proveedores y optimización del inventario de insumos clínicos para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.
- 7. Líder en Innovación y Transformación Digital de Clínicas Dentales:** director de proyectos que buscan incorporar tecnología y digitalización en la gestión clínica para mejorar la competitividad del negocio.
- 8. Especialista en Recursos Humanos y Gestión del Talento en Clínicas Dentales:** responsable de la selección, contratación y desarrollo del personal clínico, asegurando un equipo altamente cualificado y motivado.
- 9. Auditor en Procesos de Gestión Clínica:** supervisor de cumplimiento normativo, control de calidad y optimización de procedimientos administrativos en clínicas odontológicas.

06

Metodología de estudio

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

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



“

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

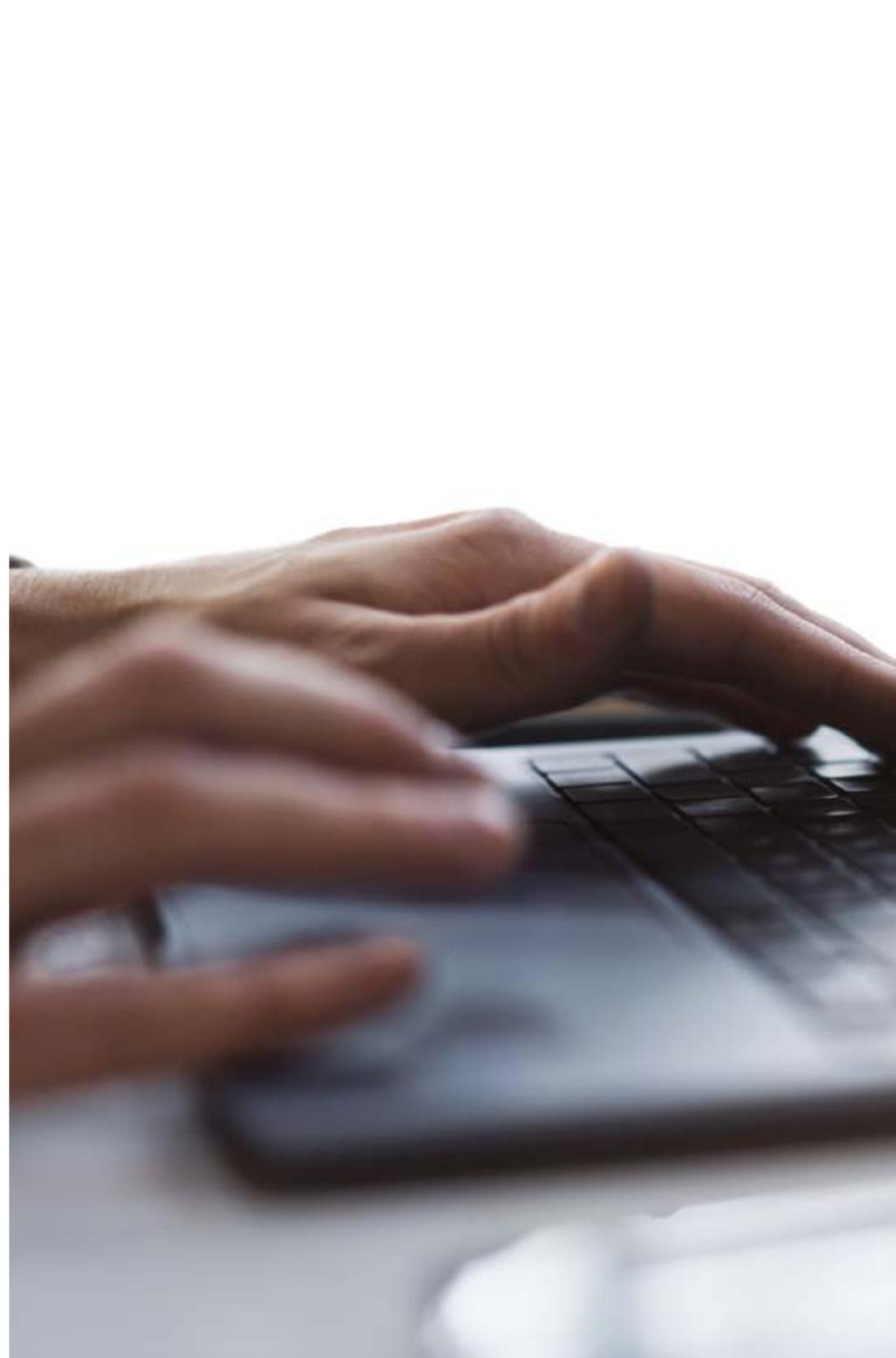
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

Uno de los elementos diferenciadores más sólidos de este MBA es, sin lugar a dudas, su cuadro docente. Este programa universitario cuenta con un equipo académico compuesto por expertos de reconocido prestigio tanto en el ámbito odontológico, como en el campo de la gestión empresarial, lo que garantiza una preparación integral, actualizada y orientada a la realidad del sector. En definitiva, todos ellos cuentan con amplia experiencia en facultades de negocios y en el entorno corporativo, enriqueciendo el aprendizaje con estrategias y herramientas aplicables de forma inmediata en la gestión de clínicas dentales.





“

Accederás a un plan de estudios concebido por expertos de renombre en la Dirección de Clínicas Dentales, quienes te guiarán durante el transcurso de todo el programa universitario”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Heirs-Alexandre, Chyree

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

- Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal, Nueva York, Estados Unidos
- Responsable de Selección de Personal Comcast
- Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- Ejecutiva de Cuentas en BNC
- Ejecutiva de Cuentas en Vault
- Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



D. Guillot, Jaime

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



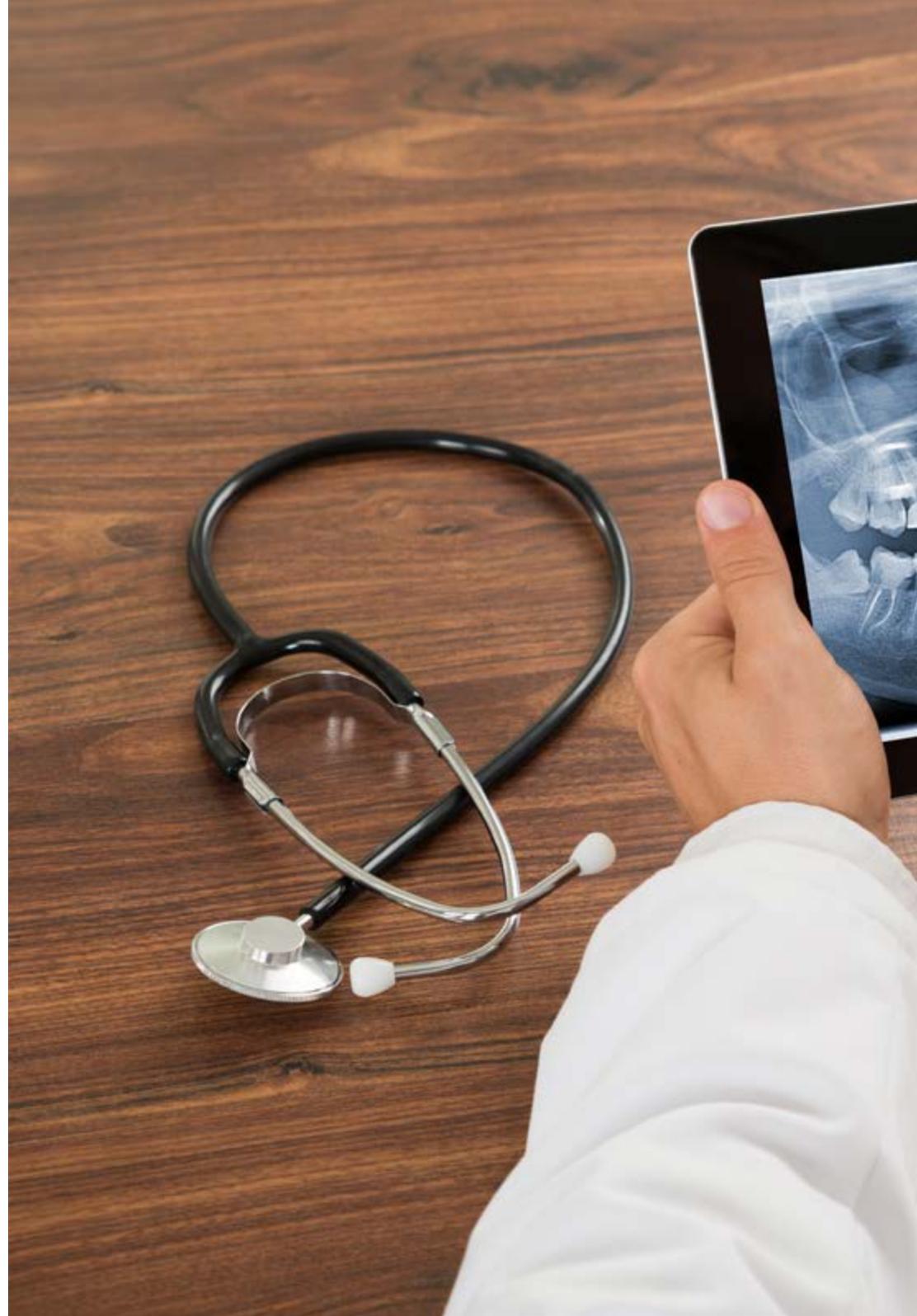
D. Gil, Andrés

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

Profesores

Dña. Fortea Paricio, Anna

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





D. Dolz, Juan Manuel

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

“

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

08

Titulación

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



“

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

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

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

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

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

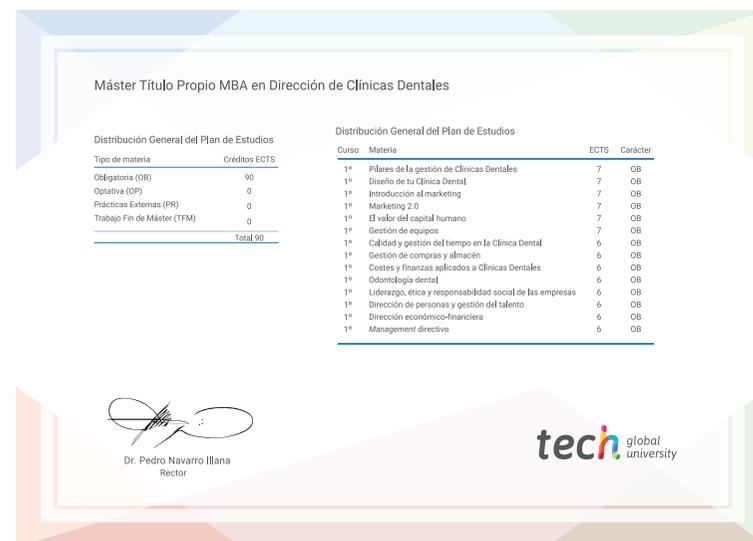


Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Clínicas Dentales**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



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



Máster Título Propio MBA Dirección de Clínicas Dentales

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

Máster Título Propio

MBA Dirección de Clínicas Dentales

Aval/Membresía



tech global
university