

Grand Master

MBA en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud

Aval/Membresía



tech
universidad



Grand Master

MBA en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud

- » 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-alta-direccion-hospitales-servicios-salud

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. 30

05

Salidas profesionales

pág. 36

06

Metodología de estudio

pág. 40

07

Cuadro docente

pág. 50

08

Titulación

pág. 74

01

Presentación del programa

La gestión eficiente de los recursos sanitarios y la dirección estratégica de hospitales y servicios de salud representan hoy uno de los mayores desafíos para las organizaciones en el ámbito global. Instituciones como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) han señalado la importancia de contar con líderes capaces de aplicar principios de administración, finanzas, innovación y gobierno corporativo en el sector salud, un entorno marcado por una creciente complejidad operativa y regulatoria. En este contexto, TECH ha ideado este posgrado que responde a esta necesidad. Mediante una metodología 100% online, los profesionales adquirirán una visión empresarial sólida, siendo capaces de integrar herramientas avanzadas de *Management*.





“

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

La gestión de Hospitales y Servicios de Salud es un campo complejo y de alta responsabilidad, que requiere de una dirección estratégica orientada a la calidad, la eficiencia y la sostenibilidad. En un contexto marcado por la constante evolución tecnológica, la creciente demanda de servicios sanitarios y la presión económica, la Alta Dirección de estas instituciones desempeña un papel crucial en la toma de decisiones que afectan directamente la calidad de la atención al paciente y la eficiencia operativa.

En este escenario, TECH lanza un pionero Grand Master MBA en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud. Confeccionado por referentes en esta área, el plan de estudios ahondará en factores que comprenden desde la gestión del talento humano y las técnicas más sofisticadas para garantizar la seguridad de los pacientes en todo momento, hasta la acreditación de la calidad en salud. De esta manera, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para dirigir equipos y gestionar recursos de forma óptima.

Además, la presente titulación universitaria se impartirá de forma 100% online, otorgando a los facultativos la flexibilidad necesaria para adaptarse a sus horarios. A su vez, el sistema *Relearning*, basado en la repetición de conceptos clave para fijar los conocimientos, facilitará una puesta al día efectiva y rigurosa. Cabe destacar que prestigiosos Directores Invitados Internacionales impartirán unas exhaustivas *Masterclasses* que proporcionarán a los egresados las competencias clave para destacar en este sector.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de **The 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 Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud
- ♦ 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 Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud
- ♦ 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



Reputados Directores Invitados Internacionales ofrecerán unas intensivas Masterclasses relacionadas con los avances más recientes en la Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud

“

Desarrollarás habilidades para gestionar equipos multidisciplinares, promoviendo el talento y la retención de profesionales en el sector sanitario”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de MBA en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud, 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.

Liderarás la integración de nuevas tecnologías y sistemas de salud digital, entre los que figuran la telemedicina.

Gracias al método Relearning de TECH, conseguirás afianzar los conceptos claves que te ofrece esta capacitación universitaria.



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 Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional

La 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.


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

Con esta completísima titulación universitaria, los profesionales destacarán por su comprensión integral sobre la Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud. Para ello, el plan de estudios profundizará en aspectos que van desde las particularidades del *Management* directivo o control de recursos económicos, hasta la implementación de medidas para garantizar la calidad en la atención sanitaria. De este modo, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para dirigir y administrar instituciones de Salud con eficiencia, promoviendo la excelencia en la atención al paciente y la sostenibilidad organizacional.



“

Implementarás sistemas de gestión de calidad que garanticen altos estándares de atención médica a los usuarios”

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 RRHH
 - 3.4.2. Un nuevo entorno para la gestión y dirección de personas
 - 3.4.3. Dirección estratégica de RRHH
- 3.5. Selección, dinámicas de grupo y reclutamiento de RRHH
 - 3.5.1. Aproximación al reclutamiento y la selección
 - 3.5.2. El reclutamiento
 - 3.5.3. El proceso de selección
- 3.6. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 3.6.1. Análisis del potencial
 - 3.6.2. Política de retribución
 - 3.6.3. Planes de carrera/sucesión
- 3.7. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 3.7.1. La gestión del rendimiento
 - 3.7.2. Gestión del desempeño: Objetivos y proceso
- 3.8. Gestión de la formación
 - 3.8.1. Las teorías del aprendizaje
 - 3.8.2. Detección y retención del talento
 - 3.8.3. Gamificación y la gestión del talento
 - 3.8.4. La formación y la obsolescencia profesional

- 3.9. Gestión del talento
 - 3.9.1. Claves para la gestión positiva
 - 3.9.2. Origen conceptual del talento y su implicación en la empresa
 - 3.9.3. Mapa del talento en la organización
 - 3.9.4. Coste y valor añadido
- 3.10. Innovación en gestión del talento y las personas
 - 3.10.1. Modelos de gestión el talento estratégico
 - 3.10.2. Identificación, formación y desarrollo del talento
 - 3.10.3. Fidelización y retención
 - 3.10.4. Proactividad e innovación
- 3.11. Motivación
 - 3.11.1. La naturaleza de la motivación
 - 3.11.2. La teoría de las expectativas
 - 3.11.3. Teorías de las necesidades
 - 3.11.4. Motivación y compensación económica
- 3.12. *Employer Branding*
 - 3.12.1. *Employer branding* en RRHH
 - 3.12.2. *Personal Branding* para profesionales de RRHH
- 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. La Presupuesto de Explotación
 - 4.6.5. El Presupuesto de Tesorería
 - 4.6.6. 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
 - 5.2.2. Departamento de Organización Industrial
- 5.3. Estructura y tipos de producción (MTS, MTO, ATO, ETO...)
 - 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. Obtención de la información
 - 6.9.4. Razones para invertir en BI
 - 6.10. Herramientas y soluciones BI
 - 6.10.1. ¿Cómo elegir la mejor herramienta?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy y Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI y Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
 - 6.11. Planificación y dirección Proyecto BI
 - 6.11.1. Primeros pasos para definir un proyecto de BI
 - 6.11.2. Solución BI para la empresa
 - 6.11.3. Toma de requisitos y objetivos
 - 6.12. Aplicaciones de gestión corporativa
 - 6.12.1. Sistemas de información y gestión corporativa
 - 6.12.2. Aplicaciones para la gestión corporativa
 - 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* o ERP
 - 6.13. Transformación Digital
 - 6.13.1. Marco conceptual de la transformación digital
 - 6.13.2. Transformación digital: Elementos clave, beneficios e inconvenientes
 - 6.13.3. Transformación digital en las empresas
 - 6.14. Tecnologías y tendencias
 - 6.14.1. Principales tendencias en el ámbito de la tecnología que están cambiando los modelos de negocio
 - 6.14.2. Análisis de las principales tecnologías emergentes
 - 6.15. *Outsourcing* de TI
 - 6.15.1. Marco conceptual del *outsourcing*
 - 6.15.2. *Outsourcing* de TI y su impacto en los negocios
 - 6.15.3. Claves para implementar proyectos corporativos de *outsourcing* de TI
- 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 RRHH
 - 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 a 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 organizacionales
 - 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. La división médica y asistencial en el sistema de salud

- 11.1. Dirección médica clásica vs. Dirección asistencial
 - 11.1.1. Estructura y contenido de los órganos de dirección de un sistema de salud. Organigramas actuales y futuros alternativos
 - 11.1.2. Facultativos como directivos: desde consejeros a directores asistenciales y gerentes pasando por direcciones generales
 - 11.1.3. Preparación y aportación de valor
 - 11.1.4. División médica: áreas críticas
 - 11.1.5. Diferentes estructuras organizativas de la división médica
- 11.2. Sistemas de información para la gestión e historia clínica electrónica
 - 11.2.1. Cuadros de Mandos
 - 11.2.2. Historia clínica electrónica
 - 11.2.3. Sistemas de prescripción asistida
 - 11.2.4. CMBD, CIE
 - 11.2.5. Otros sistemas de información útiles en gestión de salud
- 11.3. Continuidad asistencial: integración Atención Primaria-Hospitalaria-Sociosanitaria
 - 11.3.1. Coordinación Territorial y Niveles asistenciales
 - 11.3.2. Continuidad asistencial en el proceso de atención. Procesos asistenciales integrados
 - 11.3.3. Avanzando hacia un modelo de atención socio sanitaria
- 11.4. La bioética y humanización en la práctica médica
 - 11.4.1. Principios de la bioética
 - 11.4.2. Los comités de ética en las organizaciones de salud
 - 11.4.3. La humanización de la atención de salud
- 11.5. Dirección médica y asistencial: relaciones con la división de enfermería
 - 11.5.1. Herramientas para la gestión del conocimiento en la dirección clínica y asistencial
 - 11.5.2. Dirección médica y asistencial: relaciones con la división de enfermería
- 11.6. Salud Pública, promoción de la salud y educación para la salud para direcciones asistenciales
 - 11.6.1. Salud Pública, concepto y ámbito
 - 11.6.2. Promoción de la salud y educación para la salud
 - 11.6.3. Tipos de Programas de Prevención

Módulo 12. Gestión clínica

- 12.1. Regulación de la gestión clínica
 - 12.1.1. Diferentes definiciones y visiones de la gestión clínica
 - 12.1.2. Diferentes decretos y regulaciones de la gestión clínica
 - 12.1.3. Niveles de autonomía
- 12.2. Procesos y protocolos de gestión clínica. Manejo de la evidencia científica
 - 12.2.1. Tipos y clasificación de evidencia científica
 - 12.2.2. Protocolos, guías de práctica clínica, vías clínicas: diferencias
 - 12.2.3. GRADE y rutas asistenciales
- 12.3. Sistemas de clasificación de pacientes
 - 12.3.1. Sistemas de clasificación de pacientes
 - 12.3.2. Análisis de la dependencia de los pacientes. Escalas y clasificación de dependencia
 - 12.3.3. Cálculo de plantilla/efectivos en función de la clasificación de pacientes. Distribución de cargas de trabajo
- 12.4. Modelos y unidades de gestión clínica
 - 12.4.1. Tipos de Unidades de gestión clínica
 - 12.4.2. Unidades mixtas atención primaria y especializada
 - 12.4.3. Unidades interservicios
 - 12.4.4. Unidades interhospitalarias
- 12.5. Prescripción farmacológica prudente. Prescripción electrónica
 - 12.5.1. Prescripción prudente: *Choosing Wisely*
 - 12.5.2. Estrategias “no hacer”
- 12.6. Prescripción de pruebas complementarias
 - 12.6.1. Prescripción prudente vs. Medicina defensiva
 - 12.6.2. Auditorías de prescripción y seguimiento de la prescripción: resultados

Módulo 13. Gestión de la cronicidad y la telemedicina

- 13.1. Gestión del paciente complejo y crónico
 - 13.1.1. *Cronic Care Model* y estratificación poblacional. *Kaiser Permanente*
 - 13.1.2. Gestión de grupos de población en riesgo. Control de la enfermedad compleja y/o crónica en el domicilio
 - 13.1.3. Cronicidad y atención socio sanitaria

- 13.2. Experiencias en el empoderamiento del paciente: el paciente activo, escuela de pacientes
 - 13.2.1. Modelo de paciente activo. Universidad de *Stanford*
 - 13.2.2. Programa de educación en autocuidados. Experiencias internacionales y en España
 - 13.2.3. Las escuelas de pacientes
 - 13.2.4. El empoderamiento del paciente y la aportación enfermera
- 13.3. Telemedicina
 - 13.3.1. Servicios implantados en la actualidad y perspectivas de futuro

Módulo 14. Gestión de personas y talento

- 14.1. Derechos y deberes. Retribuciones
 - 14.1.1. Estatuto de los trabajadores. Derechos y Deberes
 - 14.1.2. El personal Estatutario y funcionario. Situaciones del Personal Estatutario. Régimen Disciplinario. Incompatibilidades
 - 14.1.3. Retribuciones del personal funcionario y estatutario
 - 14.1.4. El personal laboral en las administraciones públicas y en los centros privados
 - 14.1.5. Los sindicatos. Representación, Participación y Negociación Colectiva. Las juntas de personal y los comités de empresa
- 14.2. Jornada de trabajo en las unidades y servicios
 - 14.2.1. Jornada de Trabajo; Permisos y Licencias personal estatutario y funcionario
 - 14.2.2. Convenios colectivos en el sector salud
 - 14.2.3. Sistema de trabajo a turnos y guardias. Sistemas de planificación de turnos. Rotaciones. Atención continuada
 - 14.2.4. Gestión de efectivos en función de la demanda asistencial
- 14.3. Herramientas para la empleabilidad en el ámbito público y privado
 - 14.3.1. Ofertas de Empleo Público. Tipos de ofertas. Baremos de méritos
 - 14.3.2. Sistemas de selección de personal en el sector privado
 - 14.3.3. Los ceses o despidos, motivación, justificación y comunicación de los mismos
- 14.4. Evaluación de personal y desarrollo del talento. Clima social e institucional
 - 14.4.1. Planes de acogida, mentorización y despedida
 - 14.4.2. Detección y desarrollo del talento
 - 14.4.3. Clima institucional y social: medición y mejora
- 14.5. Cálculos de plantillas y de rendimientos

- 14.6. Visibilidad en gestión clínica y asistencial: blog y redes
 - 14.6.1. La revolución digital en la práctica asistencial y la gestión clínica. Descripción de las nuevas herramientas digitales. ¿Cómo mejorar la visibilidad?
 - 14.6.2. Experiencias en redes y blogs de profesionales de salud
- 14.7. Profesionales de la salud y tipos de relaciones

Módulo 15. Gestión y evaluación económica

- 15.1. Cálculo de costes
 - 15.1.1. Ponderación y cálculo de los costes en salud
 - 15.1.1.1. Coste/Beneficio
 - 15.1.1.2. Coste/Utilidad
 - 15.1.1.3. Coste/Productividad
- 15.2. Bases contables
- 15.3. Presupuestos y compras
- 15.4. Eficiencia y sostenibilidad del sistema de salud
 - 15.4.1. Situación financiera del sistema de salud público: la crisis de sostenibilidad
 - 15.4.2. Gasto para ganar en salud. Comparativa de inversiones para ganar más salud
 - 15.4.3. Control del gasto en el sistema de salud público
- 15.5. Modelos de financiación
 - 15.5.1. Financiación en base a presupuesto histórico y actividad
 - 15.5.2. Financiación capitativa
 - 15.5.3. Financiación por GRD y procesos, pago por acto
 - 15.5.4. Incentivos a los profesionales en función de la financiación
- 15.6. Acuerdos y contratos de gestión clínica y económica
 - 15.6.1. Acuerdos de gestión. Definición y modelos
 - 15.6.2. Evolución y evaluación de un acuerdo de gestión

Módulo 16. Gestión de la calidad

- 16.1. La calidad en salud
 - 16.1.1. Definiciones de calidad y evolución histórica del concepto. Dimensiones de la calidad
 - 16.1.2. Ciclo de evaluación y mejora de la calidad
 - 16.1.3. Modelo EFQM de mejora de la calidad. Implantación
 - 16.1.4. Normas ISO y modelos de acreditación externa de la calidad

- 16.2. Programas de calidad asistencial
 - 16.2.1. Círculos de la calidad
 - 16.2.2. Estrategias de mejora continua de la calidad
 - 16.2.3. LEAN

Módulo 17. Dirección por procesos. *Learn-Healthcare*

- 17.1. La gestión de los “qué”: Gestión de procesos y gestión por procesos
- 17.2. La gestión de los “cómos”
- 17.3. La mejora de los procesos

Módulo 18. Gestión por competencias

- 18.1. La evaluación del desempeño. Gestión por competencias
 - 18.1.1. Definición de las competencias
 - 18.1.2. Procedimiento de la Evaluación del Desempeño. Implantación
 - 18.1.3. *Feedback* de las profesiones para mejorar su desempeño y autoevaluación
 - 18.1.4. Diseño de un itinerario formativo para el desarrollo competencial
- 18.2. Métodos y técnicas
 - 18.2.1. La entrevista de evaluación. Instrucciones para el evaluador
 - 18.2.2. Principales errores comunes y barreras en la evaluación
 - 18.2.3. La entrevista motivacional
 - 18.2.4. La pirámide de Miller

Módulo 19. Seguridad del paciente

- 19.1. Seguridad del paciente. Evolución histórica
 - 19.1.1. Introducción y Definición. Antecedentes y situación actual
 - 19.1.2. Estudios básicos sobre seguridad del paciente
- 19.2. Infección nosocomial
 - 19.2.1. Definición y clasificación. Evolución Estudios EPINE
 - 19.2.2. Redes y programas de vigilancia y control de la infección hospitalaria
 - 19.2.3. Asepsia, desinfección y esterilización
- 19.3. Prevención
 - 19.3.1. Prevención y detección de acontecimientos adversos relacionados con la atención en salud
 - 19.3.2. AMFE: (análisis modal de fallos y efectos). Análisis causa/raíz

- 19.4. Sistemas de notificación y registro
 - 19.4.1. Sistemas de notificación y registro de eventos adversos
- 19.5. Segundas y terceras víctimas
 - 19.5.1. Los profesionales de la salud ante los efectos adversos
 - 19.5.2. La trayectoria de recuperación y el apoyo emocional
 - 19.5.3. El impacto en la imagen corporativa

Módulo 20. La acreditación de la calidad en salud

- 20.1. La acreditación en salud
 - 20.1.1. Peculiaridades de la acreditación de servicios de salud
 - 20.1.2. El valor de estar acreditado. Beneficios sobre la organización y los pacientes
 - 20.1.3. La acreditación en salud en los servicios clínicos
- 20.2. *Joint Commision International*
 - 20.2.1. Criterios y fases del proceso
- 20.3. Modelo EFQM
 - 20.3.1. Concepto de autoevaluación
 - 20.3.2. Los planes de mejora
 - 20.3.3. Ejemplo de implantación del modelo EFQM en un hospital y en un área de salud
- 20.4. Acreditación ISO
 - 20.4.1. Definición y criterios generales
 - 20.4.2. La ISO 9001
 - 20.4.3. La ISO 14001
 - 20.4.4. Otros tipos de ISO de relevancia en el sector de salud

Módulo 21. Gestión del liderazgo

- 21.1. El liderazgo en el equipo
 - 21.1.1. Teorías sobre la naturaleza y origen de la autoridad: Concepción tradicional o Institucional. Concepción Funcional. Concepción Conductista. Concepción Integradora
 - 21.1.2. Autoridad y Poder, tipos de Poder
 - 21.1.3. El Liderazgo: componentes del Liderazgo y sus tipos
 - 21.1.4. ¿Cómo fabricar un líder?
 - 21.1.5. Modelos de liderazgo nuevos. Situacional y líder Coach
 - 21.1.6. El Término *Staff*, Esquema jerárquico funcional, Distintos tipos de *Staff*, Conceptos de Línea y *Staff*. Teorías, Influencia de las culturas en el liderazgo

- 21.2. La motivación
 - 21.2.1. Los agentes motivadores. Motivación intrínseca y extrínseca
 - 21.2.2. Diferencias entre motivación y satisfacción y sus diferentes teorías
 - 21.2.3. Evidencia disponible sobre cómo motivar a los profesionales
- 21.3. La delegación
 - 21.3.1. ¿Qué significa delegar? Formas de delegación, formas para evaluar la delegación, tareas y funciones no delegables
 - 21.3.2. Actitudes personales ante la delegación. Pautas para una delegación eficaz
- 21.4. *Coaching* directivo
 - 21.4.1. El *coaching*. Tipos de *coaching*
 - 21.4.2. Beneficios en el ámbito organizativo y aplicaciones al sector salud. Ejemplos

Módulo 22. Toma de decisiones en gestión

- 22.1. Toma de decisiones
- 22.2. El proceso de la decisión
 - 22.2.1. Proceso de decisión centralizada, proceso de toma de decisiones individual, proceso de toma de decisiones en grupo
 - 22.2.2. Principio de factor limitante. Eficacia y eficiencia en los costes en el proceso de la toma de decisiones
 - 22.2.3. Elección de la mejor solución. Priorización. Árbol de decisión
- 22.3. Gestión del tiempo, del estrés y de la felicidad
 - 22.3.1. Técnicas para la gestión del tiempo, de la agenda personal y la compatibilidad con la vida personal
 - 22.3.2. Técnicas de control del estrés y para favorecer la felicidad personal y profesional

Módulo 23. La comunicación interna en gestión

- 23.1. La comunicación
 - 23.1.1. Comunicación e información. El proceso de la comunicación. Elementos de la comunicación. Requisitos de la comunicación. Barreras de la comunicación
 - 23.1.2. Formas e instrumentos de la comunicación. Comunicación verbal. Comunicación no verbal. Comunicación escrita

- 23.2. Las reuniones
 - 23.2.1. Técnicas para hacer reuniones provechosas. La preparación de las reuniones y el tipo de reuniones. Selección de participantes
 - 23.2.2. Los comités y comisiones asistenciales y técnicas en hospitales, centros y áreas de salud
 - 23.2.3. Negociación. Tipos de estrategias. La asertividad. Estrategia *win-win*
- 23.3. Gestión de conflictos
 - 23.3.1. Conflictos posibles en organizaciones de salud. Estrategias preventivas
 - 23.3.2. La gestión de conflictos. Mediación

Módulo 24. Creación de una marca personal

- 24.1. El perfil público
 - 24.1.1. Presentarnos al mundo. Nuestra huella digital
 - 24.1.2. Perfil profesional en redes sociales profesionales
 - 24.1.3. Reputación digital. Las referencias positivas
 - 24.1.4. La carta de presentación
- 24.2. La entrevista para optar a un puesto de gestión
 - 24.2.1. ¿Cómo afrontar una entrevista?
 - 24.2.2. Mensajes de nuestro cuerpo ante una entrevista. La kinesia

Módulo 25. Comunicación y Marketing en salud

- 25.1. El Marketing y las redes sociales
 - 25.1.1. Definición del término. Las dimensiones del Marketing. Misión y ciclos del Marketing. Herramientas del Marketing
 - 25.1.2. ¿Paciente, cliente, usuario? El Marketing enfocado a los usuarios de la sanidad pública
 - 25.1.3. Planificación de Marketing externo en un centro privado
 - 25.1.4. El Cliente interno. Plan de Marketing y comunicación interna en instituciones de salud
 - 25.1.5. Gestión de la presencia institucional en redes. Facebook
 - 25.1.6. Uso de Twitter por la organización
 - 25.1.7. Uso de LinkedIn por la organización y a nivel profesional
 - 25.1.8. Uso de otras redes: Instagram, Tumblr, etc.

- 25.2. La comunicación en las organizaciones
 - 25.2.1. Sistemas de comunicación en las organizaciones. Intranet/internet
 - 25.2.2. La comunicación específica en las instituciones de salud. Hospitales
 - 25.2.3. Premios de salud. Presentación de candidaturas
 - 25.2.4. Organización de Jornadas, Congresos y otros actos docentes
 - 25.2.5. Gestión de la comunicación local: prensa
 - 25.2.6. Gestión de la comunicación local: radio
 - 25.2.7. Gestión de la comunicación local: televisión
 - 25.2.8. Gestión de la comunicación nacional: prensa especializada en salud
 - 25.2.9. Conflictos externos. Crisis informativas por malas noticias y su gestión
- 25.3. Relaciones con agentes sociales, usuarios y proveedores
 - 25.3.1. La comunicación con la ciudadanía, asociaciones de pacientes y de consumidores–usuarios
 - 25.3.2. La comunicación con los dirigentes políticos, los propietarios–accionistas y los proveedores
 - 25.3.3. Colaboración con la industria farmacéutica
 - 25.3.4. Internacionalización del sector salud. Turismo de salud
- 25.4. Responsabilidad Social Corporativa. Buen gobierno sanitario
 - 25.4.1. La RSC en sanidad. Planes Estratégicos de RSC en las organizaciones. Buen gobierno de salud: transparencia desde la empresa pública y la empresa privada
 - 25.4.2. Gestión ambiental y eficiencia energética en instituciones en sanidad
 - 25.4.3. Cooperación al desarrollo a través de instituciones de salud
 - 25.4.4. El trabajo en Red. Alianzas estratégicas
 - 25.4.5. El portal del paciente. Promoción de la salud y prevención de la enfermedad a través de Internet

Módulo 26. Gestión de la docencia y la investigación

- 26.1. Metodología de la investigación: epidemiología y diseños de estudios de investigación y sesgos
- 26.2. Fuentes de información para la investigación y estrategias de búsqueda
- 26.3. Lectura crítica de artículos
- 26.4. Proyectos de investigación: recursos financieros. Desarrollo de productos y patentes
- 26.5. Comunicación y divulgación de la investigación

04

Objetivos docentes

Este Grand Master tiene como objetivo especializar a líderes capaces de gestionar y dirigir instituciones sanitarias con eficiencia y excelencia. De esta manera, los profesionales desarrollarán competencias en liderazgo estratégico, gestión financiera, implementación de tecnologías avanzadas y aseguramiento de la calidad en la atención al paciente. Además, adquirirán habilidades en comunicación efectiva, planificación estratégica y gestión de recursos humanos. Así, los egresados se prepararán para asumir roles estratégicos y promover la innovación y sostenibilidad en el sector salud.



“

Manejarás las herramientas analíticas más sofisticadas para tomar decisiones altamente informadas que alineen las operaciones sanitarias con los objetivos empresariales”



Objetivos generales

- ♦ Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección
- ♦ Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo
- ♦ Ahondar en los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio
- ♦ Fomentar la creación de estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos
- ♦ Diferenciar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- ♦ Trabajar de una forma más efectiva, más ágil y más alineado con las nuevas tecnologías y herramientas actuales
- ♦ Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial
- ♦ Delimitar la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa
- ♦ Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad
- ♦ Esclarecer el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios





Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, ética y Responsabilidad Social de las empresas

- Desarrollar habilidades de liderazgo ético que integren prácticas de responsabilidad social y sostenibilidad en la estrategia empresarial
- Tomar decisiones que promuevan el bienestar social, el respeto por el medioambiente y la creación de valor a largo plazo para todas las partes interesadas

Módulo 2. Dirección estratégica y *Management Directivo*

- Capacitar en la formulación y ejecución de estrategias empresariales que garanticen el crecimiento sostenible y la competitividad en mercados dinámicos
- Adquirir competencias en la gestión de equipos directivos, liderando la transformación de la organización para adaptarse a los desafíos del entorno global

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

- Proporcionar herramientas para la gestión del talento humano, desde la atracción hasta la retención de los mejores profesionales
- Diseñar estrategias de recursos humanos que alineen las competencias del personal con los objetivos estratégicos de la empresa

Módulo 4. Dirección económico-financiera

- Ahondar en la toma de decisiones financieras estratégicas para maximizar la rentabilidad y minimizar los riesgos en la empresa
- Desarrollar competencias en la planificación financiera, el control de presupuestos y la gestión de inversiones a nivel organizacional

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- Profundizar en la gestión eficiente de operaciones y logística, optimizando la cadena de suministro para reducir costos y mejorar la productividad
- Capacitar en la implementación de procesos operativos que alineen la estrategia empresarial con la demanda del mercado

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- Ahondar en la integración y gestión de sistemas de información dentro de la empresa, mejorando la eficiencia operativa y la toma de decisiones basadas en datos
- Desarrollar habilidades para aplicar soluciones tecnológicas que optimicen los procesos y garanticen la competitividad en el mercado

Módulo 7. Gestión comercial, Marketing estratégico y comunicación corporativa

- Profundizar en la creación de estrategias comerciales y de marketing que aumenten la visibilidad de la marca y optimicen las relaciones con los clientes
- Examinar la gestión de la comunicación corporativa para fortalecer la identidad de la empresa y su reputación en el mercado

Módulo 8. Investigación de mercados, publicidad y dirección comercial

- Dominar técnicas de investigación de mercados para identificar oportunidades de negocio y desarrollar estrategias publicitarias efectivas
- Obtener habilidades para dirigir la actividad comercial, optimizando las campañas publicitarias y asegurando el cumplimiento de los objetivos

Módulo 9. Innovación y Dirección de Proyectos

- Desarrollar competencias en la dirección de proyectos innovadores, gestionando el cambio y la adaptación continua a nuevas tendencias y tecnologías
- Capacitar en la planificación, ejecución y evaluación de proyectos de innovación que generen valor a largo plazo para la organización

Módulo 10. *Management Directivo*

- Capacitar en el desarrollo de habilidades directivas para liderar equipos, tomar decisiones estratégicas y gestionar el rendimiento organizacional
- Ser capaz de crear una cultura de innovación, responsabilidad y compromiso que optimice los resultados de la empresa

Módulo 11. La división médica y asistencial en el sistema de salud

- ♦ Comprender la estructura y el funcionamiento de la división médica y asistencial en el sistema de salud, analizando las interacciones entre los servicios médicos, las políticas de salud pública y las necesidades de los pacientes
- ♦ Ser capaz de optimizar la atención y la distribución de los recursos

Módulo 12. Gestión clínica

- ♦ Desarrollar competencias en la gestión clínica, enfocándose en la implementación de prácticas eficientes en la atención al paciente, el manejo de equipos médicos y la mejora de los procesos clínicos
- ♦ Ahondar en la optimización de resultados y minimizar riesgos

Módulo 13. Gestión de la cronicidad y la telemedicina

- ♦ Adquirir conocimientos sobre la gestión de la cronicidad en el sistema de salud, integrando la telemedicina como herramienta clave para la monitorización y el seguimiento remoto de pacientes
- ♦ Mejorar la calidad de vida y reducir costes sanitarios

Módulo 14. Gestión de personas y talento

- ♦ Obtener habilidades en la gestión de recursos humanos en el sector salud, desde la selección y capacitación del personal hasta la implementación de estrategias para retener y motivar a los profesionales
- ♦ Garantizar un ambiente de trabajo óptimo y una atención de calidad

Módulo 15. Gestión y evaluación económica

- ♦ Comprender los principios y herramientas de la evaluación económica aplicada a la gestión del sistema de salud, analizando los costes, los beneficios y la eficiencia de las intervenciones
- ♦ Asegurar una asignación óptima de los recursos disponibles

Módulo 16. Gestión de la calidad

- ♦ Implementar y mantener sistemas de gestión de calidad en el ámbito sanitario
- ♦ Establecer estándares, protocolos y procedimientos que aseguren la mejora continua en la atención y el cumplimiento de las normativas vigentes

Módulo 17. Dirección por procesos. *Learn-Healthcare*

- ♦ Ahondar en la dirección por procesos aplicada al sector salud, aprendiendo a gestionar y mejorar los procesos organizacionales, desde la atención al paciente hasta la gestión de servicios
- ♦ Optimizar el rendimiento y la eficiencia de la institución

Módulo 18. Gestión por competencias

- ♦ Disponer de una comprensión integral de la gestión por competencias en el ámbito sanitario, permitiendo la evaluación, el desarrollo y la optimización del talento humano
- ♦ Obtener un enfoque basado en habilidades y capacidades específicas para la mejora de la calidad en los servicios de salud

Módulo 19. Seguridad del paciente

- ♦ Profundizar en las estrategias clave para garantizar la seguridad del paciente en todos los niveles del sistema de salud, identificando riesgos e implementando prácticas seguras
- ♦ Impulsar una cultura de seguridad dentro de las organizaciones sanitarias

Módulo 20. La acreditación de la calidad en salud

- ♦ Adquirir conocimientos sobre los sistemas de acreditación de calidad en el ámbito de la salud, comprendiendo los procesos y requisitos necesarios para obtener y mantener la acreditación
- ♦ Evaluar su impacto en la mejora continua de los servicios y en la satisfacción de los pacientes

Módulo 21. Gestión del liderazgo

- ♦ Desarrollar competencias de liderazgo efectivas para la gestión de equipos y la toma de decisiones en el sector sanitario
- ♦ Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y motivador que contribuya al desarrollo profesional y a la excelencia en la atención

Módulo 22. Toma de decisiones en gestión

- ♦ Analizar el uso de herramientas y técnicas de toma de decisiones en gestión sanitaria, considerando factores estratégicos, financieros y operacionales
- ♦ Aplicar modelos de decisión basados en análisis cuantitativos y cualitativos para optimizar los resultados organizacionales

Módulo 23. La comunicación interna en gestión

- ♦ Desarrollar habilidades en la gestión de la comunicación interna en las organizaciones sanitarias
- ♦ Crear canales efectivos de información, mejorando la colaboración entre equipos y asegurando que todos los miembros de la organización estén alineados con los objetivos estratégicos

Módulo 24. Creación de una marca personal

- ♦ Ser capaz de gestionar una marca personal dentro del sector de la salud, mejorando la visibilidad y reputación profesional
- ♦ Mantener una comunicación efectiva y coherente en medios y plataformas relevantes

Módulo 25. Comunicación y Marketing en salud

- ♦ Comprender los principios del marketing y la comunicación en el sector sanitario, diseñando e implementando estrategias que optimicen la visibilidad, la relación con los pacientes y la fidelización
- ♦ Promover una imagen positiva de la organización

Módulo 26. Gestión de la docencia y la investigación

- ♦ Desarrollar competencias para gestionar la docencia y la investigación en el ámbito sanitario, integrando los avances científicos y la capacitación continua en los procesos educativos
- ♦ Fomentar la mejora de la atención y la innovación en salud



En TECH te capacitarás a tu ritmo, con acceso ilimitado al contenido online y una metodología moderna que garantiza resultados efectivos en la Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud”

05

Salidas profesionales

Este Grand Master se presenta como una opción académica de alto nivel que no solo brindará conocimientos avanzados en administración, liderazgo clínico y políticas sanitarias; sino que también abrirá un amplio abanico de oportunidades profesionales en el sector salud, tanto público como privado. Gracias a su enfoque integral y práctico, este programa universitario capacitará a los empresarios para asumir funciones de alta responsabilidad en la dirección de hospitales, clínicas, centros sociosanitarios, aseguradoras médicas, organismos internacionales de salud y consultoras especializadas.



“

Te desempeñarás como Director de Hospitales y Servicios de Salud, supervisando todas las operaciones diarias para asegurar la excelencia en la atención a los pacientes”

Perfil del egresado

El egresado del programa universitario será un profesional altamente capacitado para gestionar y dirigir instituciones sanitarias. A su vez, poseerá un profundo conocimiento sobre las estrategias administrativas, tecnologías de salud y políticas sanitarias, necesarias para optimizar la atención al paciente y la eficiencia operativa. Además, este experto estará preparado para diseñar e implementar planes estratégicos, colaborar con equipos multidisciplinarios y mediar entre pacientes, personal y la comunidad, promoviendo una gestión sanitaria de calidad.

Liderarás proyectos de innovación tecnológica dentro de las instituciones sanitarias, impulsando así su eficiencia operativa.

- ♦ **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
- ♦ **Estrategias de Marketing y Relaciones Públicas:** diseñar e implementar estrategias de marketing y comunicación, promoviendo la imagen institucional, atrayendo nuevos pacientes y fortaleciendo las relaciones con la comunidad y los stakeholders
- ♦ **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



Después de realizar el Grand Master, 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.



Asegurarás que las organizaciones sanitarias cumplan con todas las normativas legales, incluyendo estándares de higiene y seguridad”

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

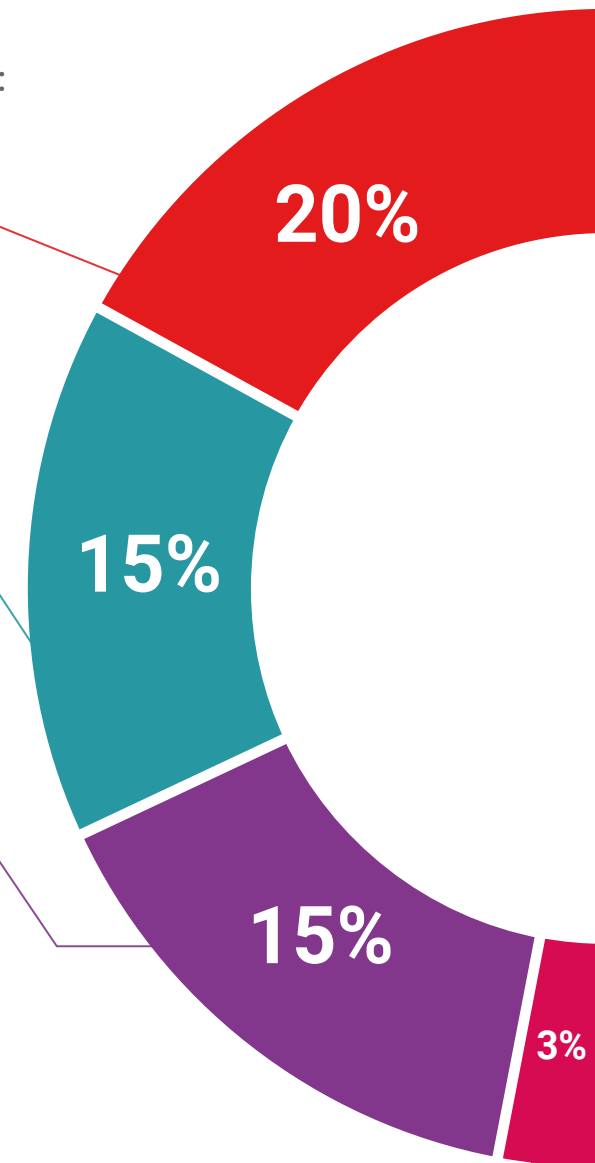
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

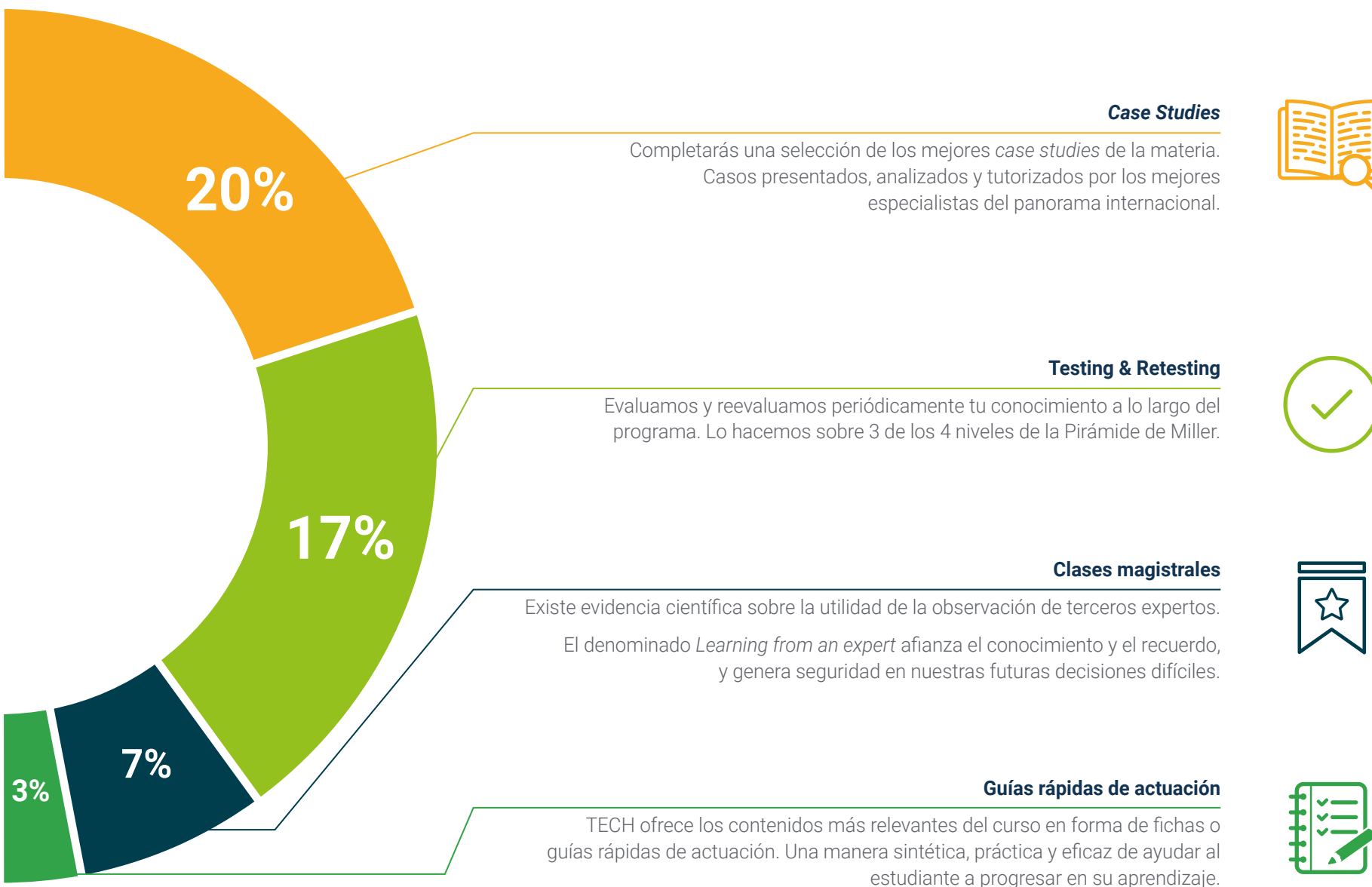
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





07

Cuadro docente

La prioridad de TECH consiste en proporcionar las titulaciones universitarias más completas y actualizadas del mercado académico. Para ello, lleva a cabo un exhaustivo proceso para conformar sus claustros docentes. Como resultado, este Grand Master cuenta con la participación de reconocidos especialistas en el ámbito de la Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud. Estos expertos han elaborado múltiples contenidos didácticos caracterizados por su elevada calidad y plena aplicabilidad a las exigencias del mercado laboral actual. Sin duda, una experiencia inmersiva que optimizará la praxis empresarial de los egresados.



“

El equipo docente, conformado por expertos en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud, ha diseñado horas de contenido adicional para que amplíes cada apartado del temario de manera personalizada”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dra. Breitner, Leslie

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



*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo"*

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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



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

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

“

¿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

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

“

¡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

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

“

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

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

“

¡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

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 Luminate 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 Copenhagen
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen

“

¡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”

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

“

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!”

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. 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



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

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 Eseox
- ♦ Profesora en varias universidades españolas, en la UAC y en la Universidad Humboldt
- ♦ Docente Especialista de la European Law Students' Association (ELSA), facilitando formaciones en colaboración con UNESCO, UNICEF y la ONU
- ♦ Voluntaria en la Fundación Josep Carreras
- ♦ Voluntaria en la Federación de Ayuda al Pueblo Saharaui
- ♦ Licenciada en Derecho por la Universidad de Valencia
- ♦ Cursada en Psicología en la UOC y Neurociencias en la UPenn
- ♦ Coach profesional certificada a nivel internacional por el Instituto de Alto Rendimiento Humano (IESEC)
- ♦ Experta en Comunicación, Negociación, Liderazgo y Autoestima por PsicoActiva
- ♦ MBA en Escuela de Negocios CEREM
- ♦ Miembro del Grupo de Expertos de la Comisión Europea y la Asociación Nacional de Inteligencia Emocional (ASNIE)





D. Dolz, Juan Manuel

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

“

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

08 Titulación

El Grand Master MBA en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud 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 Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud** 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 **The 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 Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud**

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.



Grand Master

MBA en Alta Dirección
de Hospitales y de
Servicios de Salud

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

Grand Master

MBA en Alta Dirección de Hospitales y de Servicios de Salud

Aval/Membresía

A photograph of two healthcare professionals, a woman and a man, both wearing white lab coats and blue stethoscopes. They are sitting at a white desk, looking at a laptop. The woman is on the left, and the man is on the right. The image is partially obscured by a large, dark blue diagonal graphic element that runs from the bottom left towards the top right.

tech
universidad