

Grand Master

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Aval/Membresía

A photograph of a female dentist in dark blue scrubs and a light blue surgical mask. She is looking down at a document held by a male colleague in light blue scrubs. The background is a clinical setting with dental equipment.

tech global
university



Grand Master

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **2 años**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **120 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

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

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 26

05

Salidas profesionales

pág. 32

06

Metodología de estudio

pág. 36

07

Cuadro docente

pág. 46

08

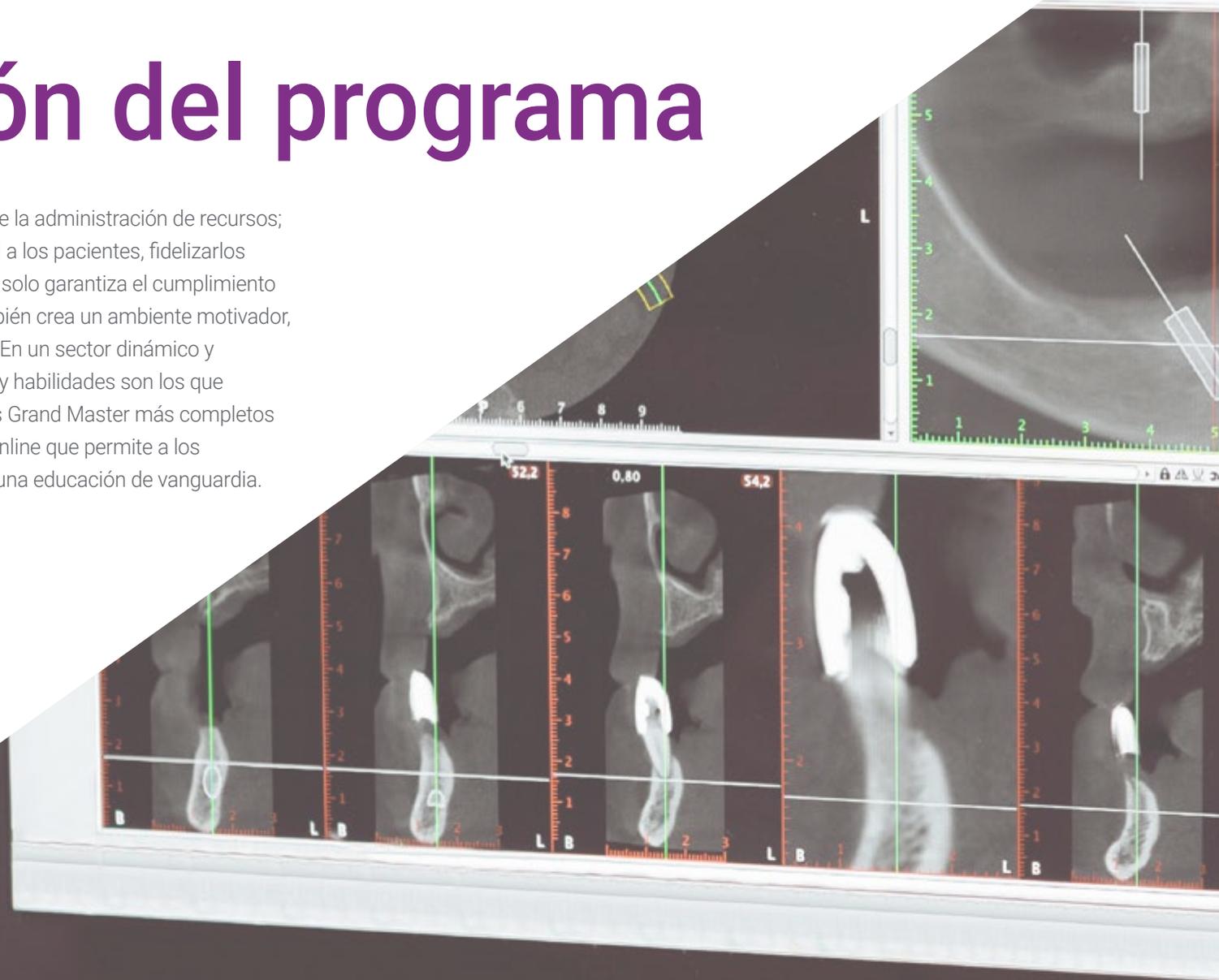
Titulación

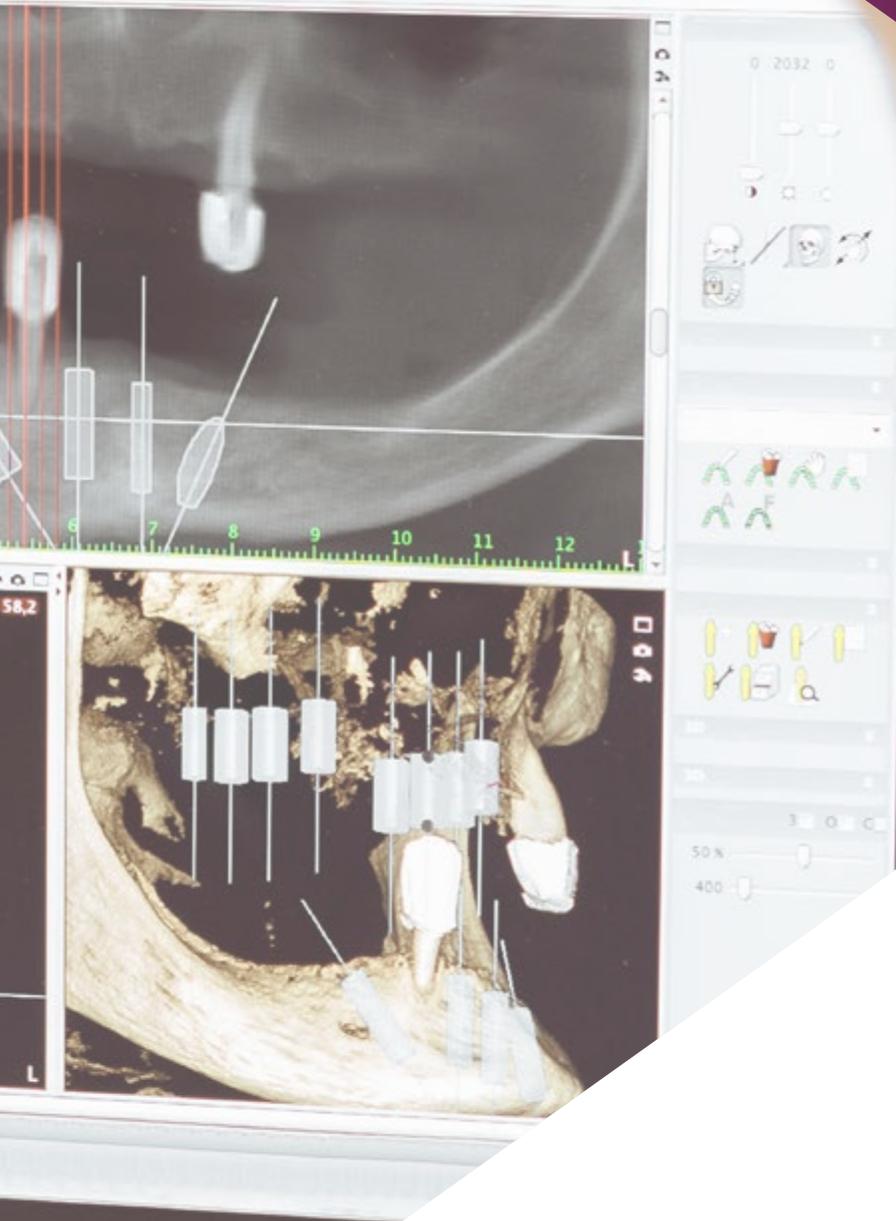
pág. 70

01

Presentación del programa

La Dirección y Gestión de Clínicas Dentales va más allá de la administración de recursos; es fundamental para brindar una experiencia excepcional a los pacientes, fidelizarlos y proyectar confianza y calidad. Un liderazgo eficiente no solo garantiza el cumplimiento de normativas y la optimización financiera, sino que también crea un ambiente motivador, fortalece al equipo y asegura una rentabilidad sostenida. En un sector dinámico y competitivo, quienes poseen los mejores conocimientos y habilidades son los que destacan y lideran. Por ello, TECH ha diseñado uno de los Grand Master más completos del panorama universitario, con una metodología 100% online que permite a los profesionales especializarse con flexibilidad y acceder a una educación de vanguardia.





“

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

En los últimos años, la Gestión y Dirección de Clínicas Dentales ha evolucionado con la digitalización, la automatización de procesos y la incorporación de tecnologías avanzadas como la tele odontología, la inteligencia artificial y los escáneres 3D, optimizando la administración y mejorando la experiencia del paciente.

Sin embargo, estos avances han traído consigo desafíos como el aumento de la competencia, el cumplimiento de normativas más estrictas en la gestión de datos, la inversión en tecnología sin comprometer la rentabilidad y la retención de talento especializado. Además, los pacientes demandan no solo tratamientos eficaces, sino también un servicio personalizado, rápido y de alta calidad, lo que obliga a las clínicas a innovar constantemente. En este contexto, una gestión eficiente es clave para garantizar la sostenibilidad, diferenciarse en el mercado y ofrecer excelencia en la atención odontológica. Por ello, TECH, junto a destacados profesionales, lanza este programa, que combina lo mejor de un MBA con conocimientos especializados, proporcionando a los odontólogos las herramientas necesarias para gestionar con éxito sus clínicas.

A lo largo de esta titulación, los alumnos explorarán los desafíos actuales del sector, desde la administración eficiente y la optimización de recursos hasta la fidelización de pacientes y la incorporación de nuevas tecnologías. Este programa ofrece una oportunidad única de crecimiento tanto profesional como personal. Además, al ser 100% online, permite a los alumnos especializarse con total flexibilidad, eligiendo cuándo y dónde aprender, sin restricciones de horarios ni desplazamientos. Esto facilita la conciliación con su vida laboral y personal, asegurando un aprendizaje adaptado a sus necesidades.

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

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

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en odontología
- ♦ 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 **Gestión y Dirección de Clínicas Dentales**
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Con TECH prepárate para dirigir con confianza, tomar decisiones estratégicas y hacer crecer tu clínica dental a niveles extraordinarios”

“

Domina la gestión empresarial y lleva las clínicas dentales al siguiente nivel, con la metodología didáctica más novedosa del panorama académico”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Gestión y Dirección de Clínicas Dentales, 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.

TECH es tu puerta de entrada a un nuevo nivel de liderazgo y éxito en el mundo de la gestión dental.

Este Grand Master es la clave para aprendas las mejores estrategias de gestión y tecnología al servicio de la salud.



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 metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

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

La mayor universidad digital del mundo

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

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

Este Grand Master ha sido diseñado para transformar a los profesionales dentológicos en líderes del sector, brindándoles conocimientos estratégicos, financieros y tecnológicos aplicados específicamente a la odontología. Además, se profundiza en normativas esenciales, desde regulaciones sanitarias hasta protección de datos, e incorpora tecnologías innovadoras como software de gestión, teleodontología e inteligencia artificial aplicada al diagnóstico. Con un enfoque práctico y actualizado, este programa no solo capacita para dirigir clínicas con éxito, sino que también prepara a los profesionales para afrontar los desafíos del sector, asegurando sostenibilidad, innovación y excelencia en la atención odontológica.





“

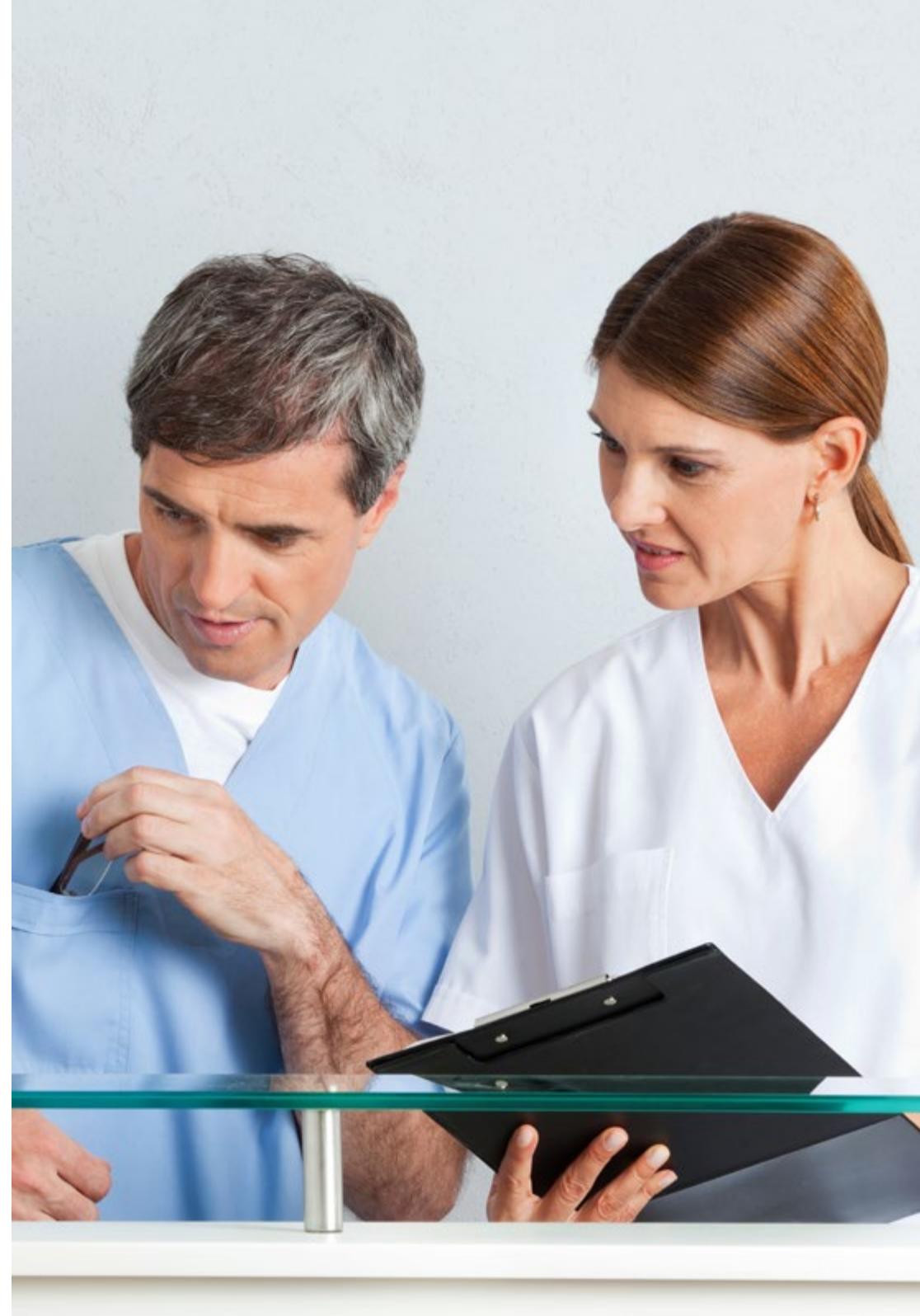
Con TECH supera los desafíos del sector dental con conocimientos prácticos que harán crecer tu clínica a nuevas alturas”

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

- 1.1. Globalización y Gobernanza
 - 1.1.1. Globalización y tendencias: Internacionalización de mercados
 - 1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
 - 1.1.3. *Accountability* o Rendición de Cuentas
- 1.2. Liderazgo
 - 1.2.1. Entorno intercultural
 - 1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
 - 1.2.3. Roles y responsabilidades directivas
- 1.3. Ética empresarial
 - 1.3.1. Ética e integridad
 - 1.3.2. Comportamiento ético en las empresas
 - 1.3.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
 - 1.3.4. Prevención del fraude y de la corrupción
- 1.4. Sostenibilidad
 - 1.4.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
 - 1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
 - 1.4.3. Agenda 2030 y ODS
- 1.5. Responsabilidad Social de la Empresa
 - 1.5.1. Responsabilidad Social de las empresas
 - 1.5.2. Roles y responsabilidades
 - 1.5.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y management directivo

- 2.1. Análisis y diseño organizacional
 - 2.1.1. Cultura organizacional
 - 2.1.2. Análisis organizacional
 - 2.1.3. Diseño de la estructura organizacional
- 2.2. Estrategia Corporativa
 - 2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
 - 2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
 - 2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
 - 2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional



- 2.3. Planificación y Formulación Estratégica
 - 2.3.1. Pensamiento estratégico
 - 2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
 - 2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa
 - 2.4. Modelos y Patrones Estratégicos
 - 2.4.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
 - 2.4.2. Estrategia Corporativa: Metodologías
 - 2.4.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa
 - 2.5. Dirección estratégica
 - 2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Cuadro de Mando
 - 2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
 - 2.5.4. Dirección estratégica y reporting
 - 2.6. Implantación y ejecución estratégica
 - 2.6.1. Implantación estratégica: Objetivos, acciones e impactos
 - 2.6.2. Supervisión y alineación estratégica
 - 2.6.3. Enfoque de mejora continua
 - 2.7. *Management Directivo*
 - 2.7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
 - 2.7.2. Política de Gestión y Procesos
 - 2.7.3. *Knowledge Management*
 - 2.8. Análisis y Resolución de casos/problemas
 - 2.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
 - 2.8.2. Método del Caso
 - 2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones
- Módulo 3. Dirección de Personas y Gestión del Talento**
- 3.1. Comportamiento organizacional
 - 3.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
 - 3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento
 - 3.2. Dirección estratégica de personas
 - 3.2.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección
 - 3.2.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación
 - 3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas
 - 3.2.4. Formación y desarrollo profesional
 - 3.3. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 3.3.1. Capacidades directivas: Competencias y habilidades del siglo XXI
 - 3.3.2. Habilidades no directivas
 - 3.3.3. Mapa de competencias y habilidades
 - 3.3.4. Liderazgo y dirección de personas
 - 3.4. Gestión del cambio
 - 3.4.1. Análisis del rendimiento
 - 3.4.2. Planteamiento estratégico
 - 3.4.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos
 - 3.4.4. Enfoque de mejora continua
 - 3.5. Negociación y gestión de conflictos
 - 3.5.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores
 - 3.5.2. Técnicas de negociación efectiva
 - 3.5.3. Conflictos: factores y tipologías
 - 3.5.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación
 - 3.6. Comunicación directiva
 - 3.6.1. Análisis del rendimiento
 - 3.6.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
 - 3.6.3. Gestión de procesos de cambio
 - 3.6.4. Gestión de equipos multiculturales
 - 3.7. Gestión de equipos y desempeño de personas
 - 3.7.1. Entorno multicultural y multidisciplinar
 - 3.7.2. Gestión de equipos y de personas
 - 3.7.3. Coaching y desempeño de personas
 - 3.7.4. Reuniones directivas: Planificación y gestión de tiempos
 - 3.8. Gestión del conocimiento y del talento
 - 3.8.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones
 - 3.8.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento
 - 3.8.3. Creatividad e innovación

Módulo 4. Dirección Económico-financiera

- 4.1. Entorno Económico
 - 4.1.1. Teoría de las organizaciones
 - 4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones
 - 4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento
- 4.2. Contabilidad Directiva
 - 4.2.1. Marco internacional de Contabilidad
 - 4.2.2. Introducción al ciclo contable
 - 4.2.3. Estados Contables de las empresas
 - 4.2.4. Análisis de los Estados Contables: toma de decisiones
- 4.3. Presupuesto y Control de Gestión
 - 4.3.1. Planificación Presupuestaria
 - 4.3.2. Control de Gestión: diseño y objetivos
 - 4.3.3. Supervisión y *reporting*
- 4.4. Responsabilidad fiscal de las empresas
 - 4.4.1. Responsabilidad fiscal corporativa
 - 4.4.2. Procedimiento tributario: Aproximación a un caso-país
- 4.5. Sistemas de control de las empresas
 - 4.5.1. Tipologías de Control
 - 4.5.2. Cumplimiento Normativo/Compliance
 - 4.5.3. Auditoría interna
 - 4.5.4. Auditoría Externa
- 4.6. Dirección Financiera
 - 4.6.1. Introducción a la Dirección Financiera
 - 4.6.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa
 - 4.6.3. Director financiero o *Chief Financial Officer* (CFO): competencias directivas
- 4.7. Planificación Financiera
 - 4.7.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación
 - 4.7.2. Herramientas de análisis financiero
 - 4.7.3. Planificación Financiera a corto plazo
 - 4.7.4. Planificación Financiera a largo plazo
- 4.8. Estrategia Financiera Corporativa
 - 4.8.1. Inversiones Financieras Corporativas
 - 4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías

- 4.9. Contexto Macroeconómico
 - 4.9.1. Análisis Macroeconómico
 - 4.9.2. Indicadores de coyuntura
 - 4.9.3. Ciclo económico
- 4.10. Financiación Estratégica
 - 4.10.1. Negocio Bancario: Entorno actual
 - 4.10.2. Análisis y gestión del riesgo
- 4.11. Mercados monetarios y de capitales
 - 4.11.1. Mercado de Renta Fija
 - 4.11.2. Mercado de Renta Variable
 - 4.11.3. Valoración de empresas
- 4.12. Análisis y Resolución de casos/problemas
 - 4.12.1. Metodología de Resolución de Problemas
 - 4.12.2. Método del Caso

Módulo 5. Dirección de operaciones y Logística

- 5.1. Dirección de las operaciones
 - 5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
 - 5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
 - 5.1.3. Sistemas de indicadores
- 5.2. Dirección de compras
 - 5.2.1. Gestión de Stocks
 - 5.2.2. Gestión de Almacenes
 - 5.2.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento
- 5.3. *Supply chain management* (1)
 - 5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
 - 5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
 - 5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones
- 5.4. *Supply chain management* (2). Ejecución
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
 - 5.4.2. Dirección Logística
 - 5.4.3. Compras

- 5.5. Procesos Logísticos
 - 5.5.1. Organización y gestión por procesos
 - 5.5.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
 - 5.5.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
 - 5.5.4. Servicio posventa
- 5.6. Logística y clientes
 - 5.6.1. Análisis de demanda y previsión
 - 5.6.2. Previsión y planificación de ventas
 - 5.6.3. *Collaborative planning, forecasting & replacement*
- 5.7. Logística Internacional
 - 5.7.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
 - 5.7.2. Formas y medios de pago internacional
 - 5.7.3. Plataformas logísticas a nivel internacional
- 5.8. Competir desde operaciones
 - 5.8.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
 - 5.8.2. Tecnologías y ciencias emergentes
 - 5.8.3. Sistemas de información en las operaciones

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- 6.1. Dirección de sistemas de Información
 - 6.1.1. Sistemas de información empresarial
 - 6.1.2. Decisiones estratégicas
 - 6.1.3. Rol del CIO
- 6.2. Tecnologías de la Información y estrategia empresarial
 - 6.2.1. Análisis de empresa y sectores industriales
 - 6.2.2. Modelos de negocio basados en internet
 - 6.2.3. El valor de la IT en la empresa
- 6.3. Planificación estratégica de SI
 - 6.3.1. El proceso de planificación estratégica
 - 6.3.2. Formulación de la estrategia de SI
 - 6.3.3. Plan de implantación de la estrategia

- 6.4. Sistemas de Información y business Intelligence
 - 6.4.1. CRM y *Business Intelligence*
 - 6.4.2. *Gestión de Proyectos de Business Intelligence*
 - 6.4.3. *Arquitectura de Business Intelligence*
- 6.5. Nuevos modelos de negocio basados en las TIC
 - 6.5.1. Modelos de negocio de base tecnológica
 - 6.5.2. Capacidades para innovar
 - 6.5.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor
- 6.6. Comercio electrónico
 - 6.6.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
 - 6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
 - 6.6.3. *E-Commerce* como oportunidad de internacionalización
- 6.7. Estrategias de E-Business
 - 6.7.1. Estrategias en Social Media
 - 6.7.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
 - 6.7.3. Regulación digital
- 6.8. Digital business
 - 6.8.1. *Mobile e-Commerce*
 - 6.8.2. *Diseño y Usabilidad*
 - 6.8.3. *Operaciones del Comercio Electrónico*

Módulo 7. Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa

- 7.1. Dirección Comercial
 - 7.1.1. Dirección de ventas
 - 7.1.2. Estrategia comercial
 - 7.1.3. Técnicas de venta y de negociación
 - 7.1.4. Dirección de equipos de ventas
- 7.2. Gestión estratégica de Marketing
 - 7.2.1. Fuentes de la innovación
 - 7.2.2. Tendencias actuales en Marketing
 - 7.2.3. Herramientas de Marketing
 - 7.2.4. Estrategia de Marketing y comunicación con los clientes

- 7.3. Estrategia de Marketing Digital
 - 7.3.1. Aproximación al Marketing Digital
 - 7.3.2. Herramientas de Marketing Digital
 - 7.3.3. *Inbound* Marketing y evolución del Marketing Digital
- 7.4. Estrategia de ventas y de comunicación
 - 7.4.1. Posicionamiento y promoción
 - 7.4.2. Relaciones Públicas
 - 7.4.3. Estrategia de ventas y de comunicación
- 7.5. Comunicación Corporativa
 - 7.5.1. Comunicación interna y externa
 - 7.5.2. Departamentos de Comunicación
 - 7.5.3. Directivos de Comunicación (DIRCOM): competencias directivas y responsabilidades
- 7.6. Estrategia de Comunicación Corporativa
 - 7.6.1. Estrategia Corporativa de Comunicación
 - 7.6.2. Plan de Comunicación
 - 7.6.3. Redacción de Comunicados de Prensa/*Clipping*/*Publicity*

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

- 8.1. Innovación
 - 8.1.1. Macro Conceptual de la innovación
 - 8.1.2. Tipologías de innovación
 - 8.1.3. Innovación continua y discontinua
 - 8.1.4. Formación e innovación
- 8.2. Estrategia de Innovación
 - 8.2.1. Innovación y estrategia corporativa
 - 8.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión
 - 8.2.3. Talleres de innovación
- 8.3. Diseño y validación del modelo de negocio
 - 8.3.1. Metodología Lean Startup
 - 8.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas
 - 8.3.3. Modalidades de financiación
 - 8.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo canvas y métricas
 - 8.3.5. Crecimiento y fidelización

- 8.4. Dirección y Gestión de Proyectos
 - 8.4.1. Oportunidades de innovación
 - 8.4.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas
 - 8.4.3. Definición y diseño de los proyectos
 - 8.4.4. Ejecución de los Proyectos
 - 8.4.5. Cierre de Proyectos

Módulo 9. Pilares de la gestión de clínicas dentales

- 9.1. Introducción a la gestión de clínicas dentales
 - 9.1.1. Concepto de gestión
 - 9.1.2. Finalidad de la gestión
- 9.2. La visión empresarial de la clínica dental
 - 9.2.1. Definición de empresa: enfoque de la clínica dental como empresa de servicios
 - 9.2.2. Elementos de la empresa aplicados a clínicas dentales
- 9.3. La figura del directivo
 - 9.3.1. Descripción del puesto directivo en las clínicas dentales
 - 9.3.2. Las funciones del directivo
- 9.4. Formas de organización empresarial
 - 9.4.1. El propietario
 - 9.4.2. La persona jurídica como titular de una clínica dental
- 9.5. Conocimiento del sector clínico-dental
- 9.6. Terminología y conceptos clave de gestión y dirección de empresas
- 9.7. Modelos de éxito actuales de clínicas dentales

Módulo 10. Diseño de tu clínica dental

- 10.1. Introducción y objetivos
- 10.2. Situación actual del sector clínico-dental
 - 10.2.1. Ámbito nacional
 - 10.2.2. Ámbito internacional
- 10.3. Evolución del sector clínico-dental y sus tendencias
 - 10.3.1. Ámbito nacional
 - 10.3.2. Ámbito internacional



- 10.4. Análisis de competencia
 - 10.4.1. Análisis de precios
 - 10.4.2. Análisis de diferenciación
- 10.5. Análisis DAFO
- 10.6. Cómo diseñar el modelo Canvas de tu clínica dental
 - 10.6.1. Segmento de clientes
 - 10.6.2. Necesidades
 - 10.6.3. Soluciones
 - 10.6.4. Canales
 - 10.6.5. Propuesta de valor
 - 10.6.6. Estructura de ingresos
 - 10.6.7. Estructura de costes
 - 10.6.8. Ventajas competitivas
 - 10.6.9. Métricas clave
- 10.7. Método de validación de tu modelo de negocio: ciclo lean startup
 - 10.7.1. Caso 1: validación de tu modelo en la etapa de creación
 - 10.7.2. Caso 2: aplicación del método para innovar en tu modelo actual
- 10.8. La Importancia de validar y mejorar el modelo de negocio de tu clínica dental
- 10.9. Cómo definir la propuesta de valor de nuestra clínica dental
- 10.10. Misión, visión y valores
 - 10.10.1. Misión
 - 10.10.2. Visión
 - 10.10.3. Valores
- 10.11. Definición del paciente objetivo
- 10.12. Localización óptima de mi clínica
 - 10.12.1. Distribución en planta
- 10.13. Dimensionamiento óptimo de la plantilla
- 10.14. Importancia de un modelo de contratación acorde a la estrategia definida
- 10.15. Claves para definir la política de precios
- 10.16. Financiación externa vs financiación interna
- 10.17. Análisis de estrategia de un caso de éxito de una clínica dental

Módulo 11. Introducción al marketing

- 11.1. Fundamentos principales del marketing
 - 11.1.1. Variables básicas del marketing
 - 11.1.2. Evolución del concepto de marketing
 - 11.1.3. El marketing como sistema de intercambio
- 11.2. Nuevas tendencias del marketing
 - 11.2.1. Evolución y futuro del marketing
- 11.3. Inteligencia emocional aplicada al marketing
 - 11.3.1. Qué es la inteligencia emocional
 - 11.3.2. Cómo aplicar la inteligencia emocional en tu estrategia de marketing
- 11.4. El marketing social y la responsabilidad social corporativa
- 11.5. Marketing interno
 - 11.5.1. Marketing tradicional (marketing mix)
 - 11.5.2. Marketing de recomendación
 - 11.5.3. Marketing de contenidos
- 11.6. Marketing externo
 - 11.6.1. Marketing operativo
 - 11.6.2. Marketing estratégico
 - 11.6.3. Inbound marketing
 - 11.6.4. Email marketing
 - 11.6.5. Marketing de influencers
- 11.7. Marketing Interno vs marketing externo
- 11.8. Técnicas de fidelización de pacientes
 - 11.8.1. La importancia de la fidelización de pacientes
 - 11.8.2. Herramientas digitales aplicadas a la fidelización de pacientes

Módulo 12. Marketing 2.0

- 12.1. La importancia del branding para la diferenciación
 - 12.1.1. Identidad visual
 - 12.1.2. Las etapas del branding
 - 12.1.3. Branding como estrategia de diferenciación
 - 12.1.4. Arquetipos de junk para dar personalidad a tu marca

- 12.2. La web y el blog corporativo de la clínica dental
 - 12.2.1. Claves de una web efectiva y funcional
 - 12.2.2. Elección del tono de voz de los canales de comunicación
 - 12.2.3. Ventajas de tener un blog corporativo
- 12.3. Uso efectivo de las redes sociales
 - 12.3.1. La importancia de la estrategia en redes sociales
 - 12.3.2. Herramientas de automatización para las redes sociales
- 12.4. Uso de la mensajería instantánea
 - 12.4.1. Importancia de una comunicación directa con tus pacientes
 - 12.4.2. Canal para promociones personalizadas o mensajes masivos
- 12.5. Importancia de la narrativa transmedia en la comunicación 2.0
- 12.6. Cómo crear bases de datos a través de la comunicación
- 12.7. Google Analytics para medir el impacto de tu comunicación 2.0
- 12.8. Análisis de la situación
 - 12.8.1. Análisis de la situación externa
 - 12.8.2. Análisis de la situación interna
- 12.9. Determinación de objetivos
 - 12.9.1. Puntos clave en el establecimiento de objetivos
- 12.10. Elección de estrategias
 - 12.10.1. Tipos de estrategias
- 12.11. Plan de acción
- 12.12. Presupuestos
 - 12.12.1. Asignación presupuestaria
 - 12.12.2. Previsión de resultados
- 12.13. Métodos de control y seguimiento

Módulo 13. El valor del capital humano

- 13.1. Introducción a la gestión de los recursos humanos
- 13.2. Cultura de empresa y clima laboral
- 13.3. El equipo
 - 13.3.1. El equipo odontólogo
 - 13.3.2. El equipo auxiliar
 - 13.3.3. Administración y dirección

- 13.4. Organigrama en nuestra clínica dental
 - 13.4.1. Organigrama de la clínica: jerarquía
 - 13.4.2. Descripción de los departamentos del organigrama
 - 13.4.3. Descripción de los puestos de cada departamento
 - 13.4.4. Asignación de tareas de cada puesto
 - 13.4.5. Coordinación de los departamentos
- 13.5. Introducción a la gestión laboral y de recursos humanos
- 13.6. Estrategias para la incorporación de capital humano
 - 13.6.1. Estrategia de selección del personal
 - 13.6.2. Estrategia de contratación
- 13.7. Políticas de retribución
 - 13.7.1. Retribución fija
 - 13.7.2. Retribución variable
- 13.8. Estrategia de retención del talento
 - 13.8.1. Qué es la retención del talento
 - 13.8.2. Ventajas de retener el talento en una clínica dental
 - 13.8.3. Formas de retener el talento
- 13.9. Estrategia de gestión de las ausencias
 - 13.9.1. La importancia de la planificación para la gestión de ausencias
 - 13.9.2. Formas de gestionar las ausencias en una clínica dental
- 13.10. La relación laboral
 - 13.10.1. El contrato de trabajo
 - 13.10.2. Tiempo de trabajo
- 13.11. Modalidades de contratación
 - 13.11.1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
 - 13.11.2. Modificaciones sustanciales del contrato de trabajo
 - 13.11.3. Ineficacia, suspensión y extinción del contrato de trabajo
- 13.12. Gestión de nóminas
 - 13.12.1. Gestoría: el aliado inteligente del odontólogo
 - 13.12.2. Cotización a la seguridad social
 - 13.12.3. Retención del IRPF

- 13.13. Normativa legal
 - 13.13.1. El sistema de la seguridad social
 - 13.13.2. Regímenes de la seguridad social
 - 13.13.3. Altas y bajas

Módulo 14. Gestión de equipos

- 14.1. Qué es el liderazgo personal
- 14.2. La importancia de aplicar la regla del 33%
- 14.3. Ventajas de implantar una cultura de liderazgo en la clínica dental
- 14.4. ¿Qué tipo de liderazgo es mejor para dirigir tu clínica dental?
 - 14.4.1. Liderazgo autocrático
 - 14.4.2. Liderazgo por objetivos
 - 14.4.3. Liderazgo por valores
- 14.5. Habilidades de liderazgo personales
 - 14.5.1. Pensamiento estratégico
 - 14.5.2. La importancia de la visión del líder
 - 14.5.3. Cómo desarrollar una actitud autocrítica saludable
- 14.6. Habilidades de liderazgo interpersonales
 - 14.6.1. La comunicación asertiva
 - 14.6.2. La capacidad de delegar
 - 14.6.3. Dar y recibir feedback
- 14.7. Inteligencia emocional aplicada a la resolución de conflictos
 - 14.7.1. Identificar las emociones básicas de actuar
 - 14.7.2. La importancia de la escucha activa
 - 14.7.3. La empatía como habilidad personal clave
 - 14.7.4. Cómo identificar un secuestro emocional
 - 14.7.5. Cómo alcanzar acuerdos "win-win"
- 14.8. Los beneficios de la técnica de las constelaciones organizacionales
- 14.9. Técnicas de motivación para retener el talento
 - 14.9.1. El reconocimiento
 - 14.9.2. Asignación de responsabilidades
 - 14.9.3. Promoción de la salud laboral
 - 14.9.4. Ofrecer incentivos
- 14.10. La importancia de la evaluación de desempeño

Módulo 15. Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental

- 15.1. Calidad aplicada a los tratamientos ofertados
 - 15.1.1. Definición de calidad en odontología
 - 15.1.2. Estandarización de procesos en la clínica dental
- 15.2. Principios de gestión de la calidad
 - 15.2.1. Qué es un sistema de gestión de la calidad
 - 15.2.2. Beneficios para la organización
- 15.3. Calidad en el desempeño de tareas
 - 15.3.1. Protocolos: definición
 - 15.3.2. Protocolos: objetivos de su aplicación
 - 15.3.3. Protocolos: beneficios de su aplicación
 - 15.3.4. Ejemplo práctico: protocolo de las visitas
- 15.4. Herramientas de seguimiento y revisión de los protocolos
- 15.5. La mejora continua en las clínicas dentales
 - 15.5.1. Qué es la mejora continua
 - 15.5.2. Fase 1: consultoría
 - 15.5.3. Fase 2: aprendizaje
 - 15.5.4. Fase 3: seguimiento
- 15.6. Calidad en la satisfacción del paciente
 - 15.6.1. Encuestas de satisfacción
 - 15.6.2. Aplicación de la encuesta de satisfacción
 - 15.6.3. Informes de mejora
- 15.7. Casos prácticos de calidad en la clínica dental
 - 15.7.1. Caso práctico 1: protocolo de gestión de urgencias
 - 15.7.2. Caso práctico 2: elaboración de encuesta de satisfacción
- 15.8. Gestión de la seguridad y salud en el trabajo de una clínica dental
 - 15.8.1. Importancia de definir las tareas principales en la clínica dental
 - 15.8.2. Técnica de productividad "una tarea, un solo responsable"
 - 15.8.3. Gestores de tareas digitales

- 15.9. Estandarización del tiempo en los tratamientos odontológicos
 - 15.9.1. La importancia de recoger datos de tiempo
 - 15.9.2. Cómo documentar la estandarización de tiempos
- 15.10. Metodología de la Investigación para optimizar procesos de calidad
- 15.11. Descripción del modelo de gestión de calidad para servicios odontológicos
- 15.12. La auditoría sanitaria: fases

Módulo 16. Gestión de compras y almacén

- 16.1. La importancia de una correcta planificación de compras
- 16.2. Responsabilidades de la función de compras en una clínica dental
- 16.3. La gestión eficiente de nuestro almacén
 - 16.3.1. Costes de almacenaje
 - 16.3.2. Inventario de seguridad
 - 16.3.3. Registro de entradas y salidas de material
- 16.4. Etapas del proceso de compras
 - 16.4.1. Búsqueda de información y planteamiento de alternativas
 - 16.4.2. Evaluación y toma de decisión
 - 16.4.3. Seguimiento y monitorización
- 16.5. Formas de ejecutar las cuentas y gestión de cuentas
 - 16.5.1. Ajustando el tipo de pedido a nuestras necesidades
 - 16.5.2. Gestión de riesgos
- 16.6. Relación con el proveedor
 - 16.6.1. Tipos de relaciones
 - 16.6.2. Política de pagos
- 16.7. La negociación en las compras
 - 16.7.1. Conocimientos y habilidades necesarios
 - 16.7.2. Etapas del proceso de negociación
 - 16.7.3. Consejos para negociar con éxito
- 16.8. La calidad en las compras
 - 16.8.1. Beneficios para el conjunto de la clínica
 - 16.8.2. Parámetros de medida
- 16.9. Indicadores de eficiencia
- 16.10. Nuevas tendencias en la gestión de compras

Módulo 17. Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales

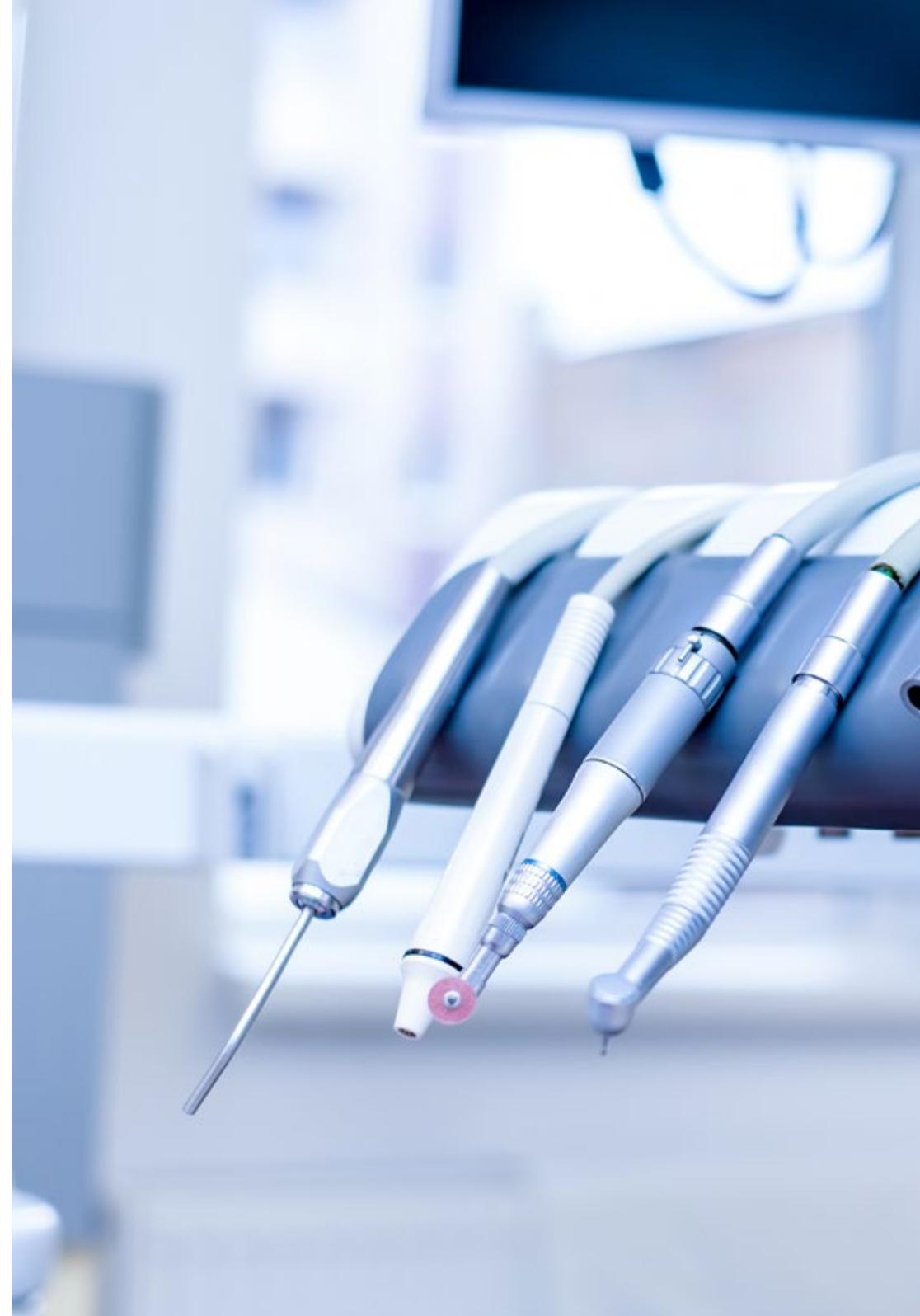
- 17.1. Principios básicos de economía
- 17.2. El balance
 - 17.2.1. Composición del balance
 - 17.2.2. Activo
 - 17.2.3. Pasivo
 - 17.2.4. Patrimonio neto
 - 17.2.5. Interpretación del balance
- 17.3. La cuenta de resultados
 - 17.3.1. Composición de la cuenta de resultados
 - 17.3.2. Interpretación de la cuenta de resultados
- 17.4. Introducción a la contabilidad de costes
- 17.5. Beneficios de su aplicación
- 17.6. Costes fijos en la clínica dental
 - 17.6.1. Definición de costes fijos
 - 17.6.2. Costes fijos de una clínica dental
 - 17.6.3. Coste/hora del profesional
- 17.7. Costes variables en la clínica dental
 - 17.7.1. Definición de costes variables
 - 17.7.2. Costes variables de una clínica dental
- 17.8. Coste/hora de una clínica dental
- 17.9. El escandallo de tratamientos
- 17.10. Beneficio del tratamiento
- 17.11. Estrategia de pricing
- 17.12. Introducción al análisis financiero
- 17.13. Las facturas y otros documentos de pago
 - 17.13.1. La factura: significado y contenido mínimo
 - 17.13.2. Otros documentos de pago

- 17.14. Gestión de cobros y pagos
 - 17.14.1. Organización administrativa
 - 17.14.2. La gestión de cobros y pagos
 - 17.14.3. El presupuesto de tesorería
 - 17.14.4. Análisis ABC de pacientes
 - 17.14.5. Los impagados
- 17.15. Modalidades de financiación externa
 - 17.15.1. Financiación bancaria
 - 17.15.2. Leasing (arrendamiento financiero)
 - 17.15.3. Diferencias entre leasing y renting
 - 17.15.4. Descuento de efectos comerciales
- 17.16. Análisis de Liquidez de tu clínica
- 17.17. Análisis de rentabilidad de tu clínica
- 17.18. Análisis de endeudamiento

Módulo 18. Odontología dental

- 18.1. Conceptos básicos
 - 18.1.1. Definición y objetivos
 - 18.1.2. Ámbito de aplicación
 - 18.1.3. Acto clínico
 - 18.1.4. El dentista
- 18.2. Principios generales
 - 18.2.1. Principio de igualdad de los pacientes
 - 18.2.2. Prioridad de los intereses del paciente
 - 18.2.3. Deberes vocacionales del dentista
- 18.3. La atención del paciente
 - 18.3.1. Trato con el paciente
 - 18.3.2. El paciente menor de edad
 - 18.3.3. Libertad de elección del facultativo
 - 18.3.4. Libertad de aceptación y rechazo de pacientes

- 18.4. La historia clínica
- 18.5. Información al paciente
 - 18.5.1. Derecho del paciente a la información clínica
 - 18.5.2. Consentimiento informado
 - 18.5.3. Informes clínicos
- 18.6. El secreto profesional
 - 18.6.1. Concepto y contenido
 - 18.6.2. Extensión de la obligación
 - 18.6.3. Excepciones al mantenimiento del secreto profesional
 - 18.6.4. Archivos informáticos
- 18.7. Publicidad
 - 18.7.1. Requisitos básicos de la publicidad profesional
 - 18.7.2. Mención de títulos
 - 18.7.3. Publicidad profesional
 - 18.7.4. Actuaciones con posible efecto publicitario





“

Con este temario conviértete en el profesional que no solo mejora la salud dental, sino que también marca la diferencia en la gestión y administración”

04

Objetivos docentes

El objetivo de este programa es capacitar a profesionales altamente cualificados en la gestión y dirección de clínicas dentales, preparándolos para enfrentar con éxito los desafíos del sector. Este propósito se complementa con el impulso de un desarrollo integral que favorece la creación de clínicas eficientes, innovadoras y sostenibles, contribuyendo a una mejora significativa en la atención dental y en la sociedad. De este modo, se busca ayudar a los profesionales a alcanzar un nivel superior de competencia y control en la gestión de sus clínicas. Un objetivo que se logra a través de un programa de alta intensidad, precisión y aplicabilidad práctica, proporcionándoles las herramientas necesarias para liderar con éxito el sector odontológico.



“

*Alcanza la excelencia profesional
con un programa que combina
teoría y práctica de manera única”*



Objetivos generales

- ♦ Definir las últimas tendencias y novedades en gestión empresarial
- ♦ Construir un plan de desarrollo y mejora de habilidades personales y directivas
- ♦ Elaborar diferentes estrategias para llevar a cabo de manera eficiente la toma de decisiones en entornos inestables y complejos
- ♦ Desarrollar la capacidad de detección, análisis y resolución de problemas
- ♦ Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- ♦ Explicar la empresa desde un punto de vista global, así como la responsabilidad que desarrolla cada área de la misma
- ♦ Formular e implementar estrategias de crecimiento que adapten la empresa a los cambios del entorno nacional e internacional
- ♦ Emplear herramientas teóricas, metodológicas y de análisis para gestionar y dirigir de manera óptima sus propios negocios clínico-dentales, diferenciándose eficazmente en un entorno altamente competitivo
- ♦ Incorporar habilidades de estrategia y visión para facilitar la identificación de nuevas oportunidades de negocio
- ♦ Favorecer la adquisición de habilidades personales y profesionales, que impulsen a los alumnos a emprender sus propios proyectos empresariales con mayor seguridad y determinación, tanto en el caso de iniciar la creación de su negocio clínico-dental, como en el de innovar en el modelo de gestión y dirección del negocio clínico-dental que ya tengan actualmente
- ♦ Profesionalizar el sector clínico-dental, mediante el aprendizaje continuo y específica en el sector de la gestión y dirección empresarial





Objetivos específicos

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

- ♦ 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

Módulo 2. Dirección estratégica y management directivo

- ♦ Seguir los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio
- ♦ Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- ♦ Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

Módulo 3. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- ♦ Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial
- ♦ Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial
- ♦ Entender cuál es 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

Módulo 4. Dirección Económico-financiera

- ♦ Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa
- ♦ Realizar un plan organizacional que permita identificar los movimientos económicos que se han de ejercer para el crecimiento de la empresa

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

- ♦ Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas
- ♦ Diseñar un plan logístico que permita identificar el debido proceso de la empresa y su posicionamiento dentro del sector

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

- ♦ Ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa
- ♦ Adquirir conocimientos sobre los beneficios de las nuevas tecnologías en la creación de las empresas

Módulo 7. Dirección Comercial, Marketing y Comunicación Corporativa

- ♦ Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer nuestro producto a nuestros clientes potenciales y generar una imagen adecuada de nuestra empresa

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

- ♦ Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento
- ♦ Crear estrategias innovadoras acordes con nuestros proyectos

Módulo 9. Pilares de la gestión de clínicas dentales

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

Módulo 10. Diseño de tu clínica dental

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

Módulo 11. Introducción al Marketing

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

Módulo 12. Marketing 2.0

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

Módulo 13. El valor del capital humano

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

Módulo 14. Gestión de equipos

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



Módulo 15. Calidad y gestión del tiempo en la clínica dental

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

Módulo 16. Gestión de compras y almacén

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

Módulo 17. Costes y finanzas aplicados a clínicas dentales

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

Módulo 18. Odontología dental

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

05

Salidas profesionales

Al finalizar el Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales, los egresados estarán capacitados para asumir roles clave en la administración de clínicas dentales, desde director de clínica dental hasta gerente de recursos humanos y consultor empresarial especializado en el sector odontológico. Además, podrán emprender y gestionar su propia clínica o consultorio, aplicando estrategias de marketing, optimización de recursos y tecnologías avanzadas para asegurar la rentabilidad y calidad en el servicio. El conocimiento adquirido también les permitirá desarrollar habilidades en la gestión financiera, la toma de decisiones estratégicas y la mejora continua de los procesos, lo que abrirá oportunidades en empresas de consultoría, asociaciones odontológicas, y en el diseño de políticas sanitarias dentro del ámbito privado y público.





“

Con TECH comienza a ser parte de la nueva generación de líderes que transformarán el mundo de la odontología”

Perfil del egresado

El egresado del Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales será un profesional altamente capacitado para liderar y gestionar eficazmente una clínica dental, con una visión integral de la odontología y el negocio. Poseerá un sólido conocimiento en administración, estrategia empresarial y gestión de equipos, así como una comprensión profunda de las nuevas tecnologías aplicadas al sector. Con habilidades en la toma de decisiones y resolución de problemas, estará preparado para enfrentar los retos del sector odontológico, desde la mejora de la experiencia del paciente hasta la gestión de los recursos. Además, desarrollará una mentalidad innovadora, adaptable y orientada a la mejora continua, lo que le permitirá sobresalir en el mercado y contribuir al éxito y sostenibilidad de las clínicas dentales.

¿Qué esperas? Aumenta tu competitividad con un programa que integra las últimas tendencias del sector.

- ♦ **Toma de Decisiones Financieras:** Adquirirán competencias en la gestión financiera de una clínica, tomando decisiones estratégicas sobre presupuestos, inversión en equipos, gestión de costos y maximización de recursos
- ♦ **Marketing y Fidelización de Pacientes:** Los egresados aprenderán a crear y ejecutar estrategias de marketing digital, además de desarrollar planes efectivos para atraer, fidelizar y mantener a los pacientes satisfechos
- ♦ **Adaptación a Nuevas Tecnologías:** Desarrollarán la capacidad de integrar nuevas tecnologías en la gestión de la clínica, como software de gestión, teleodontología e inteligencia artificial, para mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio
- ♦ **Gestión de la Calidad y la Mejora Continua:** Serán capaces de implementar sistemas de gestión de calidad, asegurando que la clínica cumpla con altos estándares de atención al paciente y fomentando la mejora continua de los procesos



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

- 1. Director de Clínica Dental:** Profesional encargado de la gestión integral de la clínica, liderando equipos, tomando decisiones estratégicas y asegurando la calidad de la atención al paciente.
- 2. Gerente de Clínica Dental:** Responsable de la administración diaria de la clínica, desde la gestión de recursos humanos y financieros hasta la supervisión de la atención al paciente y la optimización de procesos.
- 3. Consultor en Gestión Dental:** Experto en asesorar a clínicas dentales sobre cómo mejorar su gestión, optimizar costos, implementar nuevas tecnologías y aumentar su rentabilidad.
- 4. Responsable de Marketing Digital para Clínicas Dentales:** Especialista en desarrollar y ejecutar estrategias de marketing digital adaptadas al sector odontológico, con el objetivo de atraer y fidelizar pacientes a través de diversas plataformas online.
- 5. Gerente de Recursos Humanos en Clínicas Dentales:** Encargado de la gestión del talento humano, contratación del personal hasta la organización de equipos y la mejora del clima laboral.
- 6. Director Financiero de Clínica Dental:** Responsable de la planificación y gestión financiera de la clínica, supervisando presupuestos, control de gastos e ingresos, y asegurando la viabilidad económica del negocio.

- 7. Responsable de Calidad y Normativas en Clínicas Dentales:** Profesional encargado de velar por el cumplimiento de las normativas legales, de seguridad e higiene, así como por la implementación de sistemas de gestión de calidad en la clínica.
- 8. Emprendedor en el Sector Dental:** Fundador y gestor de su propia clínica dental o centro especializado, aplicando los conocimientos adquiridos sobre estrategia, gestión y tecnología para desarrollar un negocio exitoso.
- 9. Consultor de Transformación Digital para Clínicas Dentales:** Especialista en la integración de tecnologías digitales y nuevas herramientas para optimizar la operación de clínicas dentales, desde software de gestión hasta la teleodontología.
- 10. Gestor de Proyectos Odontológicos:** Responsable de coordinar y gestionar proyectos específicos dentro de una clínica dental, como la apertura de nuevas sucursales, la implementación de nuevos servicios o la mejora de procesos operativos.



Impulsa tu potencial con un enfoque que combina conocimiento estratégico-práctico y destaca en el mundo laboral como siempre lo has soñado”

06

Metodología de estudio

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

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



“

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

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

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



Lecturas complementarias

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





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

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



Guías rápidas de actuación

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



07

Cuadro docente

Dentro del concepto de calidad total de nuestra universidad, tenemos el orgullo de poner a tu disposición un cuadro docente de altísimo nivel, elegido por su contrastada experiencia en el ámbito educativo. Profesionales de diferentes áreas y competencias que componen un elenco multidisciplinar completo. Una oportunidad única de aprender de los mejores.



“

Obtén una especialización única con el cuadro docente más completo que te permitirá avanzar a pasos agigantados”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Heirs-Alexandre, Chyree

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

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

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

Dña. González Benavent, María

- ◆ Especialista en Marketing y Comunicación
- ◆ Especialista en Trade Marketing
- ◆ Cursada en Marketing Digital y Analítica Web en Google & IAB Fortea
- ◆ Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. UV
- ◆ Máster en Neuromarketing aplicado al consumidor. UB
- ◆ Máster en Marketing e Investigación de Mercados. UV



**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 Esexox
- ◆ 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)

08

Titulación

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



“

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

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

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

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

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

Aval/Membresía



Título: **Grand Master MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**



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



Grand Master

MBA en Gestión y Dirección
de Clínicas Dentales

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

MBA en Gestión y Dirección de Clínicas Dentales

Aval/Membresía

