FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de

Puntos clave para mejorar la Dirección y Gestión de Clínicas

Metodologías, herramientas y estrategias para mejorar la rentabilidad y la gestión de su clínica.

Iniciativas Empresariales
estrategias de formación

MANAGER BUSINESS SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID

Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Puntos clave para mejorar la Dirección y Gestión de Clínicas

Presentación

Los servicios sanitarios privados han implementado multitud de cambios directivos y organizativos en los últimos años. Si bien se trata de actividades con un enorme componente vocacional, también es verdad que gran parte de los emprendedores tienen una importante falta de conocimiento directivo y empresarial.
Este aspecto les sitúa en una posición de debilidad en comparación con los grupos empresariales y grandes clínicas que han surgido recientemente, los cuales no solo poseen muchos más recursos que las clínicas sanitarias habituales, sino que además tienen también una estrategia bien definida y saben cómo llegar y retener a sus pacientes.

Por ello, es necesario dotar de este conocimiento directivo y empresarial a los emprendedores y directores de clínicas que ofrecen servicios sanitarios tales como veterinarios, odontólogos, optometristas y ópticos entre otras profesiones.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación.
Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1. La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
2. *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
3. *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
4. *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Puntos clave para mejorar la Dirección y Gestión de Clínicas

Objetivos del curso:

- Analizar el concepto de estrategia, el entorno general y competitivo de las empresas sanitarias, así como las capacidades y limitaciones de las mismas.
- Identificar la problemática que supone dirigir y gestionar empresas que prestan servicios sanitarios.
- Establecer los principales retos a los que se enfrenta una empresa en el sector sanitario.
- Saber explorar las diferentes fuentes de información del entorno que pueden posicionar a la clínica en una posición más competitiva.
- Determinar cuáles son los recursos y capacidades más importantes de las empresas sanitarias.
- Entender el proceso productivo de las clínicas sanitarias a partir de la cadena de valor.
- Desarrollar un modelo de negocio óptimo según las capacidades, recursos y entorno de la clínica que permita implementar la estrategia planteada.
- Conocer las últimas innovaciones organizativas de las clínicas.

> “Conozca y domine todas las claves para optimizar la dirección y gestión de su clínica o consulta”

Dirigido a:

Responsables de Clínicas y Consultas Médicas y Estéticas así como a todos aquellos Directivos y Jefes de Área del Sector Sanitario que quieran conocer y dominar metodologías, herramientas y estrategias para mejorar la gestión de su centro. Válido también para aquellos profesionales sanitarios que quieran crear su propia clínica.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Puntos clave para mejorar la Dirección y Gestión de Clínicas

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio
6 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario
En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación
para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura
recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning

Aula Virtual *
Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.
En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.

Soporte Docente Personalizado
El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.

* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Puntos clave para mejorar la Dirección y Gestión de Clínicas

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La estrategia empresarial en empresas sanitarias

4 horas

1.0. Objetivos del módulo.

1.1. ¿Por qué es importante plantear la estrategia en una PYME sanitaria?
1.1.1. Pero…¿qué es la estrategia empresarial?

1.2. El ciclo estratégico:
1.2.1. El análisis estratégico.
1.2.2. La formulación de la estrategia.
1.2.3. La implementación de la estrategia.
1.2.4. La revisión de la estrategia.

1.3. El fracaso estratégico:
1.3.1. Objetivos vs estrategia.
1.3.2. Mala definición de objetivos estratégicos.
1.3.3. Inercia organizativa.
1.3.4. Morir de éxito.
1.3.5. Excesiva burocracia.

1.4. Las estrategias predominantes en los servicios sanitarios.

1.5. Resumen del módulo.

MÓDULO 2. El análisis del entorno general de las empresas sanitarias

10 horas

Con el análisis del entorno general, tratamos de obtener un diagnóstico de la situación de la región en la que se sitúa una empresa sanitaria incluyendo leyes, costumbres, tradiciones y situación económica. Con este análisis esperamos detectar las principales amenazas y oportunidades que nos ofrece este nivel de entorno.

2.0. Objetivos de este módulo.

2.1. ¿Qué es el entorno de la empresa?

2.2. Dimensiones del entorno general:
2.2.1. Dimensión político-legal.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

2.2.2. Dimensión económica.
2.2.3. Dimensión geográfica-demográfica.
2.2.4. Dimensión socio-cultural.
2.2.5. Dimensión tecnológica.
2.2.6. Dimensión medioambiental.
2.2.7. En resumen.

2.3. El perfil estratégico de la empresa:
2.3.1. Herramienta de configuración del perfil estratégico.

2.4. El entorno general de los servicios sanitarios privados:
2.4.1. ¿Dónde obtener la información?

2.5. Principales servicios sanitarios:
2.5.1. Odontología.
2.5.2. Óptica.
2.5.3. Fisioterapia.
2.5.4. Veterinaria.
2.5.5. Farmacia.

2.6. Resumen del módulo.

MÓDULO 3. El entorno competitivo de las empresas sanitarias

10 horas

3.0. Objetivos de este módulo.

3.1. ¿Qué es el entorno competitivo?
3.1.1. Definir el entorno competitivo.

3.2. ¿Cuál es la actividad de la empresa?

3.3 ¿Cómo interpretar el entorno competitivo?
3.3.1. Los competidores de la industria:
3.3.1.1. El número de competidores y el equilibrio entre ellos.
3.3.1.2. Ritmo de crecimiento de la industria.
3.3.1.3. Barreras de movilidad, de salida y emocionales.
3.3.1.4. Activos especializados.
3.3.1.5. Relaciones estratégicas.
3.3.1.6. Restricciones sociales y gubernamentales.
3.3.1.7. Diferenciación de servicios.
3.3.1.8. Costes de cambio de proveedor.
3.3.1.9. Diversidad de competidores.

3.3.2. Los competidores potenciales:
3.3.2.1. Barreras de entrada.
3.3.2.2. Reacción de competidores ya en activo.
3.3.3. Los productos sustitutivos:
3.3.3.1. Satisfacer una misma necesidad.
3.3.3.2. Diferentes niveles de competencia.
3.3.4. La fuerza de los proveedores y clientes:
3.3.4.1. Grado de concentración de clientes y proveedores.
3.3.4.2. Volumen de transacciones.
3.3.4.3. Grado de diferenciación de los servicios.
3.3.4.4. Probabilidad de integración hacia adelante o hacia atrás.
3.3.4.5. Durabilidad de los bienes y servicios.
3.3.4.6. Acceso a la información por las partes.

3.4. Otros aspectos a considerar:
3.4.1. Los servicios complementarios.
3.4.2. La dinámica de la industria (tendencias de cambio).
3.4.3. El intrusismo laboral.

3.5. Resumen: factores del entorno competitivo.

MÓDULO 4. El análisis interno de las empresas sanitarias

10 horas

Lo que diferencia a las empresas sanitarias que compiten bajo un idéntico entorno general y competitivo es todos los recursos, capacidades, modos organizativos y decisiones que se toman, entre otras muchas variables. Por ello, es interesante saber cómo se pueden organizar todos los activos de una misma empresa para poder obtener el mejor rendimiento posible.

4.0. Objetivos de este módulo.

4.1. La importancia del análisis interno.

4.2. Los recursos y capacidades de la empresa.

4.3. Identificación de recursos y capacidades:
4.3.1. Identificación de los recursos:
4.3.1.1. Los recursos tangibles.
4.3.1.2. Los recursos intangibles.
4.3.2. Identificación de las capacidades.
4.3.3. ¿Cómo medir los intangibles? El análisis del capital intelectual:
4.3.3.1. El capital humano (CH).
4.3.3.2. El capital estructural (CE).

4.3.3.3. El capital relacional (CR).

4.4. Evaluación estratégica de los recursos y capacidades:
4.4.1. ¿Cómo desarrollar ventajas competitivas?
4.4.1.1. Criterio de escasez.
4.4.1.2. Criterio de relevancia.
4.4.2. ¿Cómo mantener ventajas competitivas?
4.4.3. ¿Cómo adquirir ventajas competitivas?

4.5. La gestión de recursos y capacidades (ambidextría):
4.5.1. Explotar la dotación de recursos.
4.5.2. Explorar la dotación.

4.6. Resumen del módulo.

MÓDULO 5. Herramientas de análisis. La cadena de valor, la matriz DAFO y benchmarking

6 horas

5.0. Objetivos de este módulo.

5.1. La cadena de valor:
5.1.1. Actividades primarias.
5.1.2. Actividades de apoyo.

5.2. El análisis DAFO.

5.3. Benchmarking. Estudio de empresas líderes:
5.3.1. Proceso para realizar un buen benchmarking.
5.3.2. Principales problemas del benchmarking.

5.4. Últimas tendencias organizativas en los servicios sanitarios:
5.4.1. El caso Vitaldent.
5.4.2. Aplicación de la célula de fabricación en U.
5.4.3. Ejemplos de alianzas estratégicas.

5.5. Resumen del módulo.

MÓDULO 6. El modelo de negocio

10 horas

Se puede definir el modelo de negocio como la aplicación de la estrategia planteada. Por ello, es importante tener claro cuál es la estrategia a implementar y analizar tanto los objetivos de nuestra empresa como el entorno en el que se sitúa y las capacidades que posee.

6.0. Objetivos de este módulo.

6.1. La relación entre estrategia y modelo de negocio.

6.2. La generación de la estrategia y de los objetivos estratégicos.

6.3. El modelo de negocio. Definición y funciones. La herramienta Canvas para la confección del modelo:
6.3.1. El segmento de mercado:
6.3.1.1. ¿Cómo determinar el segmento de mercado?
6.3.1.2. Abordar varios segmentos de mercado.
6.3.2. La propuesta de valor:
6.3.2.1. La importancia de analizar correctamente el valor.
6.3.3. Los canales de distribución:
6.3.3.1. El proceso de distribución.
6.3.4. Las relaciones con clientes.
6.3.5. Las fuentes de ingreso:
6.3.5.1. Diferentes fuentes de ingresos.
6.3.6. Los recursos y capacidades clave.
6.3.7. Las actividades clave:
6.3.7.1. La matriz BCG (Boston Consulting Group).
6.3.8. Las asociaciones clave:
6.3.8.1. Organizaciones con poder otorgado por desarrollo legal.
6.3.8.2. Organizaciones con poder otorgado por el mercado.
6.3.9. La estructura de costes.

6.4. Resumen del módulo.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Puntos clave para mejorar la Dirección y Gestión de Clínicas

Autor

Guillermo Navarro
Doctor (Cum Laude con mención internacional) en Dirección de Empresas. Máster en Dirección de Empresas y en Dirección de RRHH con amplia experiencia en el estudio de clínicas sanitarias, sus estrategias y modelos de negocio.
Ponente en diferentes congresos internacionales ha participado, además, en proyectos científicos relacionados con la sostenibilidad, la innovación y la educación en diferentes Universidades españolas.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.