

**COURSE DATA****DATA SUBJECT****Code:** 34737**Name:** Management and marketing in dental clinics**Cycle:** Undergraduate Studies**ECTS Credits:** 6**Academic year:** 2026-27**STUDY (S)**

Degree	Center	Acad. year	Period
1206 - Degree in Dentistry	Facultat de Medicina i Odontologia	2	Second quarter

SUBJECT-MATTER

Degree	Subject-matter	Character
1206 - Degree in Dentistry	Management and marketing in the dental clinic	ELECTIVES

COORDINATION

ALMERICH SILLA JOSE MANUEL

FERNANDEZ PASTOR MARTA

SUMMARY

The development of the activity of the dentist as a health professional has traditionally focused on independent professional practice. However, changes in recent years in professional demographics and new forms of marketing dental services have meant that the classic form of professional practice has been extended by new channels such as association clinical practice or professional practice as employees. In the course 'Management and Marketing at the Dental Clinic' we guide students on how to develop their careers as dentists – at least in the early years. Emphasis is on the various forms of independent professional practice currently found in the market.

PREVIOUS KNOWLEDGE**RELATIONSHIP TO OTHER SUBJECTS OF THE SAME DEGREE**

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

OTHER REQUIREMENTS



It is advisable to approach the subject with an open mind, without prejudice and with the will to discuss with the classmates the different points of view that are presented. Predisposition to work as a team is necessary.

COMPETENCES / LEARNING OUTCOMES

1206 - Degree in Dentistry

Comprender la importancia de desarrollar una práctica profesional con respeto a la autonomía del paciente, a sus creencias y cultura.

Comprender la importancia de mantener y utilizar los registros con información del paciente para su posterior análisis, preservando la confidencialidad de los datos.

Comprender la importancia de tales principios para el beneficio del paciente, de la sociedad y la profesión, con especial atención al secreto profesional.

Comprender y reconocer los aspectos sociales y psicológicos relevantes al tratamiento de pacientes.

Conocer el método científico y tener capacidad crítica para valorar los conocimientos establecidos y la información novedosa.

Conocer el papel del dentista dentro de las profesiones sanitarias y trabajar con otros profesionales sanitarios y otros miembros del equipo odontológico.

Conocer el peligro de las radiaciones ionizantes y sus efectos en los tejidos biológicos, junto con la legislación que regula su uso. Dirigir instalaciones de radiodiagnóstico bucal.

Conocer el Sistema Nacional de Salud, así como los aspectos básicos de la legislación sanitaria, gestión clínica y utilización adecuada de los recursos sanitarios, comprendiendo la importancia del papel del dentista en el ámbito de la Atención Primaria de Salud.

Conocer el Sistema Nacional de Salud así como los aspectos básicos de la legislación sanitaria, gestión clínica y utilización adecuada de los recursos sanitarios, comprendiendo la importancia del papel del dentista en el ámbito de la Atención Primaria de Salud.

Conocer la organización y de la provisión de la asistencia en salud oral en la comunidad, tanto a nivel privado como público, así como de la asistencia sanitaria general y del papel del dentista en dichos ámbitos.

Conocer las ciencias del comportamiento y comunicación que facilitan la practica odontológica.

Conocer los elementos esenciales de la profesión de dentista, incluyendo los principios éticos y las responsabilidades legales.

Conocer los preceptos ético-deontológicos legislativos y administrativos que regulan la profesión odontológica y su aplicación en la gestión y en la práctica clínica, así como conocer la organización, competencias y funciones de las corporaciones profesionales. Cumplimentar todo tipo de documentos y registros medico-legales.

Manejar, discriminar y seleccionar los materiales e instrumentos adecuados en odontología.



Promover el aprendizaje de manera autónoma de nuevos conocimientos y técnicas, así como la motivación por la calidad.

Reconocer que el paciente es el centro de atención y que todas las interacciones, incluyendo prevención, diagnóstico, planificación y ejecución del tratamiento y mantenimiento, deben buscar su mejor interés, evitando cualquier tipo de discriminación y respetando la confidencialidad.

Saber aplicar los principios del control de la ansiedad y del estrés sobre uno mismo, sobre los pacientes y sobre otros miembros del equipo odontológico.

Saber compartir información con otros profesionales sanitarios y trabajar en equipo.

Saber identificar las inquietudes y expectativas del paciente, así como comunicarse de forma efectiva y clara, tanto de forma oral como escrita, con los pacientes, los familiares, los medios de comunicación y otros profesionales.

DESCRIPTION OF CONTENTS

1. Theory

Topic 1: The PADIS. What are they? How to join?

Topic 2: Oral health coverage through insurance policies

Topic 3 Management. The dental clinic, a service company. Mission, vision, values.

Topic 4 The practice of the professional according to the ownership of the means of production.

Topic 5: Legal structuring of business activity. Mercantilist clinics. Brand clinics

Topic 6: Marketing of the service. Marketing Fundamentals

Topic 7: External marketing (conventional and digital), Internal (relational and emotional)

Topic 8: Entrepreneurship in the professional career of the dentist

Topic 9. The digital medical history. Production as the backbone of management. The reception of CD as a process dynamizer.

Topic 10. Quality management. Variability in clinical practice. Process management. Metrics. Indicators. The EFQM model

Topic 11. Management and development of people. The work team of the dental clinic. The proximity team. Motivation and leadership.

Topic 12. Introduction to financial management. Balance sheet and income statement. Asset financing. (Taxation)

2. Practices - Seminars

1. Curriculum vitae. Accompanying letter. Presentation and analysis.



2. Active job search
3. Requirements in the management program for the dental clinic
4. ICT as management and marketing tools.
5. Clinic design as a marketing tool
6. Dental clinics in the network. Website: analysis, design and content on the network. Advertising and search engine positioning
7. Professional career project. 10-year perspectives.
8. The purchasing process. Comparative study of prices of materials, instruments and rotating equipment. Purchasing, e-commerce and direct service deposit.
9. Analysis of jobs in a dental clinic. Competencies and tasks.
10. Comparative study of fees advertised on web pages. Franchises, brands, insurance companies and intermediation of agreed prices
11. Markers in front of personal care clinics. Analysis of a real or virtual experience
12. Catalog of services of a dental clinic and its presentation to the client/patient

WORKLOAD

PRESENCIAL ACTIVITIES

Activity	Hours
Theory	32,00
Computer classroom practice	16,00
Classroom practices	12,00
Total hours	60,00

NON PRESENCIAL ACTIVITIES

Activity	Hours
Attendance at other activities	5,00
Individual or group project	30,00
Independent study and work	45,00
Preparation of lessons	10,00
Preparation for assessment activities	0,00
Resolution of case studies	0,00
Total hours	90,00

TEACHING METHODOLOGY

Theoretical classes:

The theoretical orientation of the teacher, through participatory master classes together with the recommended bibliography, constitute the axis of the student's constructive learning process.

Practical classes:



The practical application of the theoretical contents materializes in the completion of practices supervised by the teacher, on a mandatory basis. The resolution of practical cases provided by the teacher, such as those that we will encounter throughout our professional career, is one of the basic elements of the subject. It will be carried out after personal or team analysis and subsequent sharing. The use of computers is an important pillar in learning our objectives. Practices are carried out in the computer room to learn about different dental clinic management programs that are currently marketed.

Tutored jobs:

Depending on the content, they will be carried out individually or in teams and are subject to the presentation schedule established by the teacher. Tutorials: Tutorials constitute a weekly space for meeting and debate between the teacher-student with the aim of solving learning problems during the course.

The gender perspective, respect for diversity and the sustainable development goals (SDGs) will be incorporated into teaching, whenever possible.

EVALUATION

- Final test, multiple choice, to evaluate the acquired knowledge included in the subject syllabus. It will account for 40% of the overall evaluation.
- To access this test you will need to have previously completed the following evaluation activities:
 - Preparation of individual supervised work (CV) and in teams. It will account for 40% of the evaluation
 - Attendance, attitude and degree of participation in practical training activities. It will account for 20% of the overall evaluation
- To be PASS / A in the subject it is essential:
 - Have shown sufficiency in the test test
 - Continued attendance at seminars/workshops
 - Submit supervised work (individual and team) within the established deadlines.
- Attendance at practical activities is mandatory. The student is considered to meet this requirement if he or she has attended a minimum of 80% of these activities and has adequately justified the impossibility of attending the remaining sessions due to the occurrence of a cause of force majeure.
- Students are reminded of the great importance of carrying out evaluation surveys of all the teaching staff of the degree subjects.

REFERENCES

BASIC

- Corral I. Itza F. Marti JF. Organización, Gestión y Calidad en la clínica dental. Madrid.



Ergon 2007

- Cuenca Sala E. El mercat de serveis dentals a Catalunya: anàlisi de les noves formes de negoci amb especial atenció a les franquícies i assegurances dentals. Barcelona. COEC. 2007
- Echarri Lobiondo P. Fernandez Herrera JM. Et al. Marketing para la clínica odontológica (1ª parte). Barcelona. Laboratorios Inibsa y Nexus médica. 2006
- Echarri Lobiondo P. Fernandez Herrera JM. Et al. Marketing para la clínica odontológica (2ª parte). Barcelona. Laboratorios Inibsa y Nexus médica. 2006
- Finkbeiner, BL. Finkbeiner, CA. Practice management for the dental team. Elsevier Mosby. 8ª ed. 2016 (Incluye student wordbook)
- Galluci CM, Tejerina L. La demanda de los servicios dentales en España. Madrid. Fundación Dental Española. 2003 ¿ Martínez Selva JM. Marketing de Servicios Profesionales para la pequeña y mediana empresa. Madrid: Pearson educación. 2002.
- Mediavilla Ibáñez H. ¿Sabe comunicarse con su paciente? Relación con el paciente en Odontología. Madrid. Bellisco ediciones. 2002
- Roca E. Cómo mejorar tus habilidades sociales. Valencia. ACDE. 2005
- San Martín, L. M_Concept. Edra-Grupo Asis Biomedica S.L. Zaragoza, 2021
- Ustrell, JM. Buxarrais, MR ¿ Ética aplicada a la odonto. Lisermed Editorial SL, Valencia 2020.

COMPLEMENTARY

- Aranaz Andrés, JM. Aibar Remón, C. Vitaller Burillo, J y Mira Solves, JJ. Gestión Sanitaria. Calidad y seguridad de los pacientes. Madrid. Diaz de Santos 2008.
- Ortún V., Pinilla J. (2005). Economía de los servicios dentales. Introducción, análisis de la oferta y demanda y evaluación económica. A: E. Cuenca y P. Baca (dir): Odontología preventiva y comunitaria. Barcelona: Masson, Mayo 2005.
- Pareras LG. Innovar y emprender en el sector sanitario. Barcelona. Ars médica. 2008 ¿ Chiesa de Negri, C. CRM. Las cinco pirámides del mktng relacional. Ed. Deusto, 4ª ed. Brna. 2017
- Oteo, LA. Gestión Clínica: Desarrollo e instrumentos. Diaz de Santos. Madrid 2006.
- Del Llano Señaris, JE. Ortún Rubio, V. Gestión Clínica: Vías de avance. Ed Piramide. Madrid 2014.
- Mora, JR. Guía metodológica para la gestión clínica por procesos. Aplicación en las organizaciones de enfermería. Diaz de Santos, 2003
- Martínez García, JM. Pérez Campillo, L. La transformación del mktng sanitario. Cómo los datos son el petróleo del s.XXI. ESIC editorial. Madrid 2021

e-HEALTH resources

- ClinicalKey Student Medicina, Odontología y Enfermería [<https://uv-es.libguides.com/RecursosSalut>]
- Acces Medicina [https://uv-es.libguides.com/Access_Medicina]



- Médica Panamericana [https://uv-es.libguides.com/Medica_Panamericana]