

MBA in Amministrazione e Gestione

G M M B A G D C D





Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestione di Cliniche Dentali

» Modalità: online

» Durata: 2 anni

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 120 ECTS

» Orario: a scelta

» Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master-specialistico/master-specialistico-mba-amministrazione-gestione-cliniche-dentali

Indice

02 Perché studiare in TECH? Perché scegliere il nostro Obiettivi Benvenuto pag. 10 pag. 4 pag. 6 pag. 14 05 Direzione del corso Competenze Struttura e contenuti pag. 20 pag. 24 pag. 30 80 Profilo dei nostri studenti Metodologia Prospettive di carriera pag. 44 pag. 52 pag. 56 Benefici per la tua azienda **Titolo**

pag. 60

pag. 64

01 **Benvenuto**

L'aumento delle cliniche dentali ha reso questo settore uno dei più competitivi nell'attualità e ciò obbliga i professionisti a cercare una differenziazione del proprio modello di clinica rispetto alle altre. A tale fine, gli amministratori devono acquisire le conoscenze e le competenze manageriali e di gestione di questo tipo di imprese, per poter garantire il successo del proprio business mediante il management aziendale e la direzione di équipe. È perciò fondamentale integrare gli studi in odontoiatria con una qualifica superiore a livello aziendale per gestire con successo un'attività di questo tipo, migliorare la competitività e adattare l'azienda ai nuovi cambiamenti del settore e della società.









In TECH Global University



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà le chiavi allo studente inserito in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo in TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

95 %

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100000

+200

manager formati ogni anno

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso agli studi di caso della Harvard Business School"

Perché studiare in TECH? | 09 tech

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea più riconosciuta a livello internazionale) con i "casi di studio" della Harvard Business School. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, volume + tecnologia = prezzo dirompente. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.





tech 12 | Perché scegliere il nostro programma?

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:



Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere in mano le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie

Il 70% dei partecipanti di questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.



Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.



Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano

Lavorerai con più di 100 casi reali di alto direttivo.



Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.



Accesso a una potente rete di contatti

TECH mette in rete i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.



Sviluppare il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.



Migliorerai le soft skills e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite, migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una spinta



Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Global University.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un team di professori di reputazione internazionale.





tech 16 Obiettivi

I tuoi obiettivi sono anche i nostri. Lavoriamo insieme per aiutarti a raggiungerli.

Il Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestione



Definire le ultime tendenze e novità nella gestione aziendale



Sviluppare strategie per prendere decisioni in un ambiente complesso e instabile





Costruire un piano di sviluppo e di miglioramento delle competenze personali e



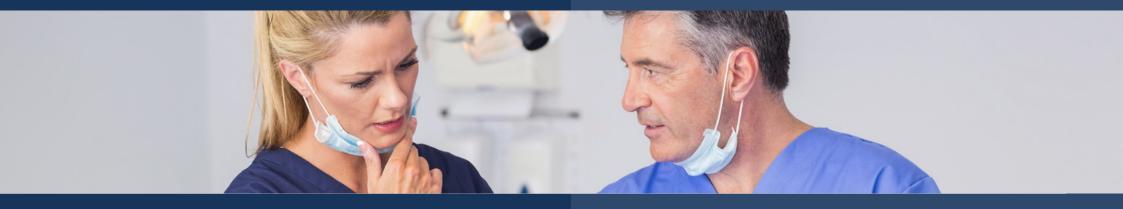
Sviluppare la capacità di individuare, analizzare e risolvere i problemi



Sviluppare le competenze essenziali per gestire strategicamente l'attività aziendale



Progettare strategie e politiche innovative per migliorare la gestione e l'efficienza imprenditoriale





Definire l'azienda da un punto di vista globale, così come la responsabilità che sviluppa ogni area della stessa



Formulare e implementare strategie di crescita che adattano l'azienda ai cambiamenti del contesto nazionale e internazionale



Utilizzare strumenti teorici, metodologici e analitici per gestire e dirigere in modo ottimale la propria attività clinico-dentale, differenziandosi efficacemente in un ambiente altamente competitivo



Incorporare capacità di strategia e visione per facilitare l'identificazione di nuove opportunità di mercato



Favorire l'acquisizione di competenze personali e professionali che incoraggino gli studenti a intraprendere i propri progetti imprenditoriali con maggiore fiducia e determinazione







Saper identificare il talento nelle aziende internazionali



Applicare strumenti di marketing utili a migliorare l'immagine e la reputazione dell'azienda a livello internazionale



Conoscere a fondo il regime giuridico del commercio internazionale





Direttrice Ospite Internazionale

Chyree Heirs-Alexandre è uno specialista nella Gestione della Salute Pubblica e ha una vasta esperienza nella gestione delle operazioni degli studi medici. Come Direttrice del Centro Medico Familiare di Worcester negli Stati Uniti ha lavorato per migliorare la salute e il benessere degli abitanti di questa città. In particolare, ha offerto il suo aiuto alle popolazioni con culture diverse, fornendo accesso ai servizi sociali e all'assistenza primaria. L'obiettivo è garantire un'assistenza completa, di qualità e a prezzi accessibili, indipendentemente dalla capacità di pagamento dei pazienti.

Il suo costante impegno per la salute pubblica lo ha portato a sostenere che i servizi sanitari e le politiche sono orientate a garantire il benessere e la qualità della vita. In questo senso, ha ricoperto la carica di Assistente Manager nella Gestione dello Studio presso il Centro Sanitario di Brockton Neighborhood. In questo ruolo, ha aumentato le sue capacità di coordinamento delle attività che si svolgono nei centri medici.

Come specialista in questo settore, Heirs-Alexandre mira a fornire una gestione sanitaria efficiente, basata sui più recenti strumenti e strategie organizzative. A questo proposito, ha lavorato in un'ampia varietà di settori per promuovere la salute e prevenire le malattie nelle comunità. In linea con ciò, nel 2020 ha partecipato ai lavori di vaccinazione durante la pandemia di COVID-19, garantendo l'accesso di tutte le persone all'immunizzazione contro questa malattia.

Alcune delle sue funzioni principali sono state la collaborazione a programmi di prevenzione delle malattie e la promozione di abitudini sane, tra gli altri. Chyree Heirs-Alexandre è inoltre Direttrice associata e Responsabile delle operazioni presso la Harvard School of Odontoiatria. In questo ruolo, è responsabile della gestione delle attività quotidiane e del personale di supporto del centro.



Dott.ssa Chyree Heirs-Alexandre

- Direttrice Responsabile delle Operazioni presso la Harvard Dental School di Boston, USA
- Fondatrice dell'azienda Orchids in Bloom Credentialing
- Direttrice delle operazioni cliniche presso il Family Health Center di Worcester
- Assistente di gestione dello studio presso il Brockton Neighborhood Health Center
- Coordinatrice delle credenziali presso Stamford Health
- Specialista delle credenziali in NextGen Healthcare
- Coordinatrice delle operazioni sanitarie presso il Centro di restauro delle vene-Corporate Medical Industry
- Assistente Clinica allo Stamford Hospital
- Master in sanità pubblica presso la Southern New Hampshire University
- Laureata in amministrazione sanitaria presso il Charter Oak State College









Realizzare una gestione globale dell'azienda, applicando tecniche di leadership che influenzino il rendimento dei lavoratori, in modo tale che gli obiettivi dell'azienda siano raggiunti



Gestire correttamente il team per migliorare la produttività e, di conseguenza, i benefici dell'azienda



Far parte e guidare la strategia aziendale e competitiva dell'azienda





03

Risolvere i conflitti aziendali e i problemi tra i lavoratori



Essere in grado di gestire il piano economico e finanziario dell'azienda



Controllare i processi di logistica, gli acquisti e l'approvvigionamento dell'azienda



Applicare le strategie più appropriate per il commercio elettronico dei prodotti dell'azienda



09

Puntare sull'innovazione in tutti i processi e le aree dell'azienda



Approfondire i nuovi modelli di business dei sistemi informativi



Gerarchizzare il ruolo di ogni membro della squadra nella clinica dentale



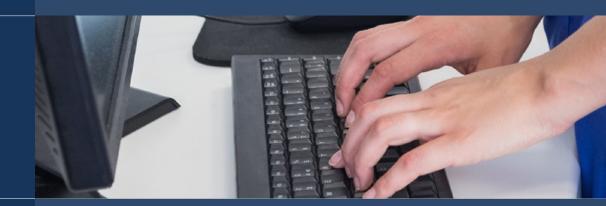
Gestire adeguatamente le strategie esistenti per l'assunzione, la retribuzione e l'attrazione del talento del capitale umano



Condurre indagini sulla soddisfazione per sviluppare e implementare miglioramenti che si adattino ai bisogni dei pazienti nello studio dentistico



Applicare efficacemente le modalità di assunzione per gestire le buste paga e raggiungere una corretta formalizzazione del salario dei membri della squadra della clinica dentale





Definire protocolli di attuazione che permettano un corretto sviluppo dei ruoli all'interno della clinica dentale, incorporando strumenti di monitoraggio per il controllo e la valutazione dell'applicazione dei suddetti protocolli



Individuare e anticipare le nuove tendenze di gestione nel settore clinico-dentale



Saper gestire e dirigere una squadra di lavoro in un ambiente clinico-dentale



Definire e valutare i processi di selezione di fornitori, approvvigionamento e fornitura, contribuendo a garantire il flusso di materiali necessari per il corretto funzionamento della clinica



19

Controllare gli stock in modo efficiente, per migliorare così la gestione del capitale fisso



Organizzare e implementare la funzione acquisti in una clinica



Negoziare in maniera intelligente e semplice per ottenere condizioni favorevoli allo sviluppo della clinica dentale





tech 32 | Struttura e contenuti

Piano di studi

Il Master Specialistico MBA in
Amministrazione e Gestione
di Cliniche Dentali di TECH Global
University è un programma intensivo
che prepara ad affrontare le sfide e le
decisioni aziendali sia a livello nazionale
che internazionale. Il contenuto è
ideato per promuovere lo sviluppo di
competenze manageriali che consentono
un processo decisionale più rigoroso in
ambienti incerti

Durante le 3.000 ore di studio lo studente analizzerà una molteplicità di casi pratici mediante il lavoro individuale, che gli permetterà di ottenere un processo di apprendimento contestuale che sarà di grande utilità per il suo lavoro quotidiano. Si tratta quindi di una vera e propria immersione in situazioni aziendali reali.

Questo Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestione di Cliniche Dentali affronta in modo approfondito lo studio di diverse aree dell'azienda, ed è stato ideato per far comprendere ai manager la gestione aziendale da una prospettiva strategica, internazionale ed innovatrice.

Un programma progettato per il professionista, focalizzato sul miglioramento professionale e che prepara a raggiungere l'eccellenza nell'ambito della direzione e della gestione di Cliniche Dentali. Un programma che comprende le tue esigenze e quelle della tua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze; un ambiente supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che ti fornirà le competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo programma ha la durata di 24 mesi e si divide in 18 moduli:

Modulo 1	Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale d'Impresa)
Modulo 2	Amministrazione strategica e management gestionale
Modulo 3	Direzione di persone e gestione del talento
Modulo 4	Direzione economico-finanziaria
Modulo 5	Direzione di operazioni e logistica
Modulo 6	Direzione di sistemi informativi
Modulo 7	Gestione commerciale, marketing e comunicazione aziendale
Modulo 8	Innovazione e direzione di progetti
Modulo 9	Pilastri della gestione di cliniche dentali
Modulo 10	Progetta la tua clinica dentale
Modulo 11	Introduzione al marketing
Modulo 12	Marketing 2.0
Modulo 13	Il valore del capitale umano
Modulo 14	Team Management
Modulo 15	Qualità e gestione del tempo nella clinica dentale
Modulo 16	Gestione degli acquisti e del magazzino
Modulo 17	Costi e finanziamenti applicati alle cliniche dentali

Odontoiatria dentale

Modulo 18



Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo programma completamente online. Durante i 24 mesi del corso, potrai accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che consentirà di autogestire il tempo di studio.

Un'esperienza formativa unica, chiave e decisiva per potenziare la tua crescita professionale e dare una svolta

tech 34 | Struttura e contenuti

2.5.2. Balanced Scorecard/Scheda di valutazione

2.5.3. Analisi, monitoraggio e valutazione della

strategia aziendale

2.5.4. Direzione strategica ereporting

Modulo 1 Leadership, etica e CSR (Responsabilità Sociale 1.1. Globalizzazione e governance 1.2. Leadership 1.3. Etica d'impresa 1.4. Sostenibilità 1.1.1. Globalizzazione e tendenze: 1.2.1. Contesto interculturale 1.3.1. Etica e integrità 1.4.1. Impresa e Sviluppo Sostenibile 1.3.2. Comportamento etico aziendale Internazionalizzazione dei mercati 1.2.2. Leadership e Direzione d'Impresa 1.4.2. Impatto sociale, ambientale ed economico 1.1.2. Contesto economico e Gobernance 1.2.3. Ruoli e responsabilità direttive Deontologia, codici etici e condotta 1.4.3. Agenda 2030 e ODS 1.3.4. Prevenzione di frode e corruzione Aziendale 1.1.3. Accountability o Rendimento dei Conti Responsabilità sociale d'impresa Responsabilità Sociale delle imprese 1.5.2. Ruoli e responsabilità 1.5.3. Attuazione della Responsabilità Sociale Aziendale Modulo 2 Direzione strategica e management direttivo 2.2. Strategia Aziendale 2.3. Pianificazione e formulazione 2.4. Modelli e schemi strategici 2.1. Analisi e design organizzativo 2.1.1. Cultura organizzativa Strategia di livello aziendale 2.4.1. Ricchezza, valore e recupero strategica 2.2.2. Tipologie di strategie di livello aziendale 2.1.2. Analisi organizzativa dell'investimento 2.3.1. Pensieri strategici 2.1.3. Progettazione della struttura organizzativa 2.2.3. Determinazione della strategia aziendale 2.4.2. Strategia aziendale: metodologie 2.3.2. Formulazione e Pianificazione strategica 2.2.4. Strategia aziendale e immagine di prestigio 2.4.3. Crescita e consolidamento della strategia 2.3.3. Sostenibilità e Strategia Aziendale aziendale 2.5. Direzione strategica 2.6. Introduzione ed esecuzione 2.7. Management direttivo 2.8. Analisi e risoluzione di casi/ 2.5.1. Missione, visione e valori strategici 2.7.1. Integrazione di strategie funzionali nelle problemi strategica

2.6.1. Attuazione strategica: obiettivi, azioni e

2.6.2. Supervisione e allineamento strategico

2.6.3. Approccio di miglioramento continuo

strategie globali di business

2.7.2. Politica di Gestione e Processi

2.7.3. Knowledge Management

2.8.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi

2.8.3. Posizionamento e presa di decisioni

2.8.2. Metodo Casistico

4.12.1. Metodologia di Risoluzione dei Problemi 4.12.2. Metodo Casistico

Mod	lulo 3 Direzione di persone e gestione d	del tale	nto				
3.1. 3.1.1. 3.1.2. 3.1.3.	Comportamento organizzativo Teoria delle organizzazioni Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni Strategie aziendali, tipologie e gestione della conoscenza	3.2.3.	Direzione strategica del personale Progettazione del posto di lavoro, assunzione e selezione Piano Strategico delle Risorse Umane: progettazione e attuazione Analisi del posto di lavoro; progettazione e selezione del personale Formazione e crescita professionale	3.3. 3.3.1. 3.3.2. 3.3.3. 3.3.4.	Sviluppo direttivo e leadership Capacità direttive: competenze e abilità del XXI secolo Abilità non direttive Mappa delle competenze e abilità Leadership e direzione del personale	3.4.2. 3.4.3.	Gestione del cambiamento Analisi del rendimento Approccio strategico Gestione del cambiamento: fattori chiave, progettazione e gestione dei processi Approccio di miglioramento continuo
3.5.1. 3.5.2. 3.5.3. 3.5.4.	distintivi Tecniche di negoziazione efficace Conflitti: fattori e tipologie	3.6.1. 3.6.2. 3.6.3.	Comunicazione direttiva Analisi del rendimento Dirigere il cambiamento. Resistenza al cambiamento Gestione dei processi di cambiamento Gestione di team multiculturali	3.7.2.	Gestione di team e svolgimento del personale Contesto multiculturale e multidisciplinare Gestione di team e svolgimento del personale Coaching e rendimento delle persone		gestione del tempo
Mod	lulo 4 Direzione economico-finanziaria						
4.1. 4.1.1. 4.1.2.	Contesto economico Teoria delle organizzazioni Fattori chiave per il cambiamento nelle organizzazioni Strategie aziendali, tipologie e gestione della conoscenza	4.2. 4.2.1. 4.2.2. 4.2.3. 4.2.4.		4.3. 4.3.1. 4.3.2. 4.3.3.	Bilancio e controllo di gestione Programmazione di Bilancio Controllo di Gestione: progetto e obiettivi Supervisione ereporting		Responsabilità Sociale delle imprese Responsabilità fiscale aziendale Procedura fiscale: un approccio caso per caso
4.5. 4.5.1. 4.5.2. 4.5.3. 4.5.4. 4.6.	Revisione interna	4.6.1. 4.6.2. 4.6.3.	Direzione Finanziaria e strategia aziendale	4.7.1. 4.7.2. 4.7.3. 4.7.4. 4.8.	Modelli di business e necessità di finanziamento Strumenti di analisi finanziaria Pianificazione Finanziaria a corto termine Pianificazione Finanziaria a lungo termine Strategia finanziaria aziendale		Investimenti Finanziari Aziendali Crescita strategica: tipologie
4.9.	Contesto macroeconomico	4.10	Finanziamento strategico	4.11.	Mercati monetari e di capitali		problemi

4.11.1. Mercato a Rendita Fissa

4.11.2. Mercato a Rendita Variabile 4.11.3. Valutazione di imprese

4.12. Analisi e risoluzione di casi/

4.10.1. Attività bancaria: ambiente attuale 4.10.2. Analisi e gestione del rischio

4.9.1. Analisi Macroeconomica

4.9.2. Indicatori di congiuntura

4.9.3. Ciclo economico

tech 36 | Struttura e contenuti

Modulo 5 Direzione di operazioni e logistica										
5.1.1. Definire 5.1.2. Pianific fornitur	e la strategia delle operazioni 5. cazione e controllo della catena di 5.	2.1. Gestione di acquisti 2.1. Gestione di Stock 2.2. Gestione magazzini 2.3. Gestione di Acquisti e Rifornimento	5.3. 5.3.1. 5.3.2. 5.3.3.	Supply chain management (I) Costi ed efficienza della catena di operazioni Cambiamento nei modelli della domanda Cambiamento nella strategia delle operazioni	4.4.2.	Esecuzione Lean Manufacturing/Lean Thinking Direzione Logistica Acquisti				
		5.4. O	5.4.	Supply chain management (II).	F 7 0	Distriction of the state of the				
5.5.1. Organiz process 5.5.2. Fornitui	zzazione e gestione mediante si ra, produzione, distribuzione 5.	 5.4. Servizio di assistenza post-vendita 6. Logistica e clienti 6.1. Analisi della domanda e previsione 6.2. Previsione e pianificazione di vendite 6.3. Collaborative planning forecasting & 	5.7. 5.7.1. 5.7.2.	replacement Logistica internazionale Dogane, processi di esportazione e importazione Modi e mezzi di pagamento internazionale	5.7.3.5.8.5.8.1.5.8.2.	Piattaforme logistiche a livello internazionale Competere dalle operazioni L'innovazione nelle operazioni come vantaggio competitivo nell'azienda Tecnologie e scienze emergenti				
6.1. Direzi	oni strategiche 6.	strategia aziendale 2.1. Analisi aziendale e settori industriali 2.2. Modelli di business basati su Internet 2.3. Il valore della IT nell'azienda	6.3.1. 6.3.2. 6.3.3.	Il processo di pianificazione strategica Formulazione della strategia di SI Piano di introduzione della strategia	6.4.1. 6.4.2. 6.4.3.	intelligence CRM e business intelligence Gestione di progetti di business intelligence Architettura di business intelligence				
6.5. Nuovi sulla 7 6.5.1. Modelli	TIC 6. i di business di basa tecnologica 6.	3. Pianificazione strategica di SI 6.1. Piano Strategico di E-commerce 6.2. Gestione logistica e assistenza al cliente nell'e-commerce 6.3. E-commerce come opportunità di	6.4. 6.7.2. 6.7.3.	Sistemi informativi e business Ottimizzazione dei canali di servizio e supporto al cliente Regolazione digitale	6.8.2. 6.8.3.	Progettazione e fruibilità Operazioni dell'e-commerce				
6.5.3. Ridiseg	nmarca	internazionalizzazione 7. Strategie di E-Business 7.1. Strategie sui Social Media	6.8. 6.8.1.	Digital business Mobile e-Commerce						

Modulo 7 Gestione commerciale, marketing e comunicazione aziendale 7.1. Direzione Commerciale 7.2. Gestione strategica di Marteking 7. 3. Strategia di Marketing Online 7.4. Strategia di vendita e 7.1.1. Direzione di vendite 7.2.1. Fonti di innovazione 7.3.1. Approccio al Marketing Online comunicazione Strumenti di Marketing Online 7.1.2. Strategia commerciale 7.2.2. Tendenze attuali nel Marketing 7.4.1. Posizionamento e promozione Tecniche di vendita e di negoziazione Strumenti di Marketing 7.3.3. *Inbound* marketing ed evoluzione del 7.4.2. Pubbliche relazioni 7.1.4. Direzione di team di vendite 7.2.4. Strategia di Marketing e comunicazione con marketing digitale 7.4.3. Strategia di vendita e comunicazione i clienti 7.5. Comunicazione aziendale **Publicity** 7.6. Strategia di comunicazione 7.5.1. Comunicazione interna ed esterna 7.5.2. Dipartimento di Comunicazione aziendale 7.5.3. Responsabili della comunicazione 7.6.1. Strategia Aziendale di Comunicazione (DIRCOM): competenze e responsabilità 7.6.2. Piano di Comunicazione manageriali

Modulo 8 Innovazione e direzione di progetti

8.	ın	n	\sim	/azı	\sim r	Δ
Ο.	ш	ш	U١	/azı	U	ı

- 8.1.1. Macro Concetto di innovazione
- 8.1.2. Tipologie di innovazione
- 8.1.3. Innovazione continua e discontinua
- 8.1.4. Formazione e Innovazione

8.2. Strategia di Innovazione

7.6.3. Redazione di comunicati stampa/Clipping /

- 8.2.1. Innovazione e strategia aziendale
- 3.2.2. Progetto globale di Innovazione: progettazione e gestione
- 8.2.3. Seminari di innovazione

8.3. Progettazione e verifica del modello di business

- 8.3.1. Metodologia Lean Startup
- 8.3.2. Iniziativa di business innovatore: fasi
- 8.3.3. Modalità di finanziamento
- 8.3.4. Strumenti del modello: mappa di empatia, modello canvas e metriche
- 8.3.5. Crescita e fidelizzazione

8.4. Direzione e gestione di progetti

- 8.4.1. Opportunità di innovazione
- 8.4.2. Studio di viabilità e concretizzazione delle proposte
- 8.4.3. Definizione e ideazione di progetti
- 8.4.4. Esecuzione dei Progetti
- 8.4.5. Chiusura dei Progetti

Modulo 9 Pilastri della ge	stione di cliniche dentali			
9.1. Introduzione alla generale cliniche dentali9.1.1. Concetto di gestione9.1.2. Finalità della gestione	9.2.1.	La visione aziendale della clinica dentale Definizione aziendale: approccio allo studio dentistico come un'impresa di servizi Elementi aziendali applicati a cliniche dentali	 9.3. La figura del direttore 9.3.1. Descrizione del posto di direttore nelle cliniche dentali 9.3.2. Le funzioni del direttore 	 9.4. Forme di organizzazione aziendale 9.4.1. Il proprietario 9.4.2. La persona giuridica come titolare di una clinica dentale 9.5. Conoscenza del settore clinico-
dentale		della gestione e direzione aziendale	cliniche dentali	
9.6. Terminologia e con	cetti chiave 9.7.	Modelli di successo attuali di		
Modulo 10 Progetta la tua	a clinica dentale			
10.1. Introduzione e obie	10.2.1.	Situazione attuale del settore clinico-dentale Ambito nazionale Ambito internazionale	10.3. Evoluzione del settore clinicodentale10.3.1. Ambito nazionale10.3.2. Ambito internazionale	10.4. Analisi della competenza 10.4.1. Analisi dei prezzi 10.4.2. Analisi della differenziazione
10.5. Analisi DAFO	10.6.1. 10.6.2. 10.6.3. 10.6.4. 10.6.5. 10.6.6. 10.6.7.	Come progettare il modello Canvas della tua clinica dentale Segmento dei clienti Necessità Soluzioni Canali Proposte di valore Struttura delle entrate Struttura dei costi Vantaggi competitivi Metriche chiave	 10.7. Metodo di valutazione del tuo modello aziendale: ciclo lean startup 10.7.1. Caso 1: valutazione del tuo modello in fase di creazione 10.7.2. Caso 2: applicazione del metodo innovativo nel tuo modello attuale 	10.8. L'importanza di valutare e migliorare il modello aziendale della tua clinica dentale
10.9. Come definire la pro della tua clinica der	•). Missione, visione e valori 1. Missione	10.10.2. Visione 10.10.3. Valori 10.11. Definizione del paziente obiettivo	10.12. Localizzazione ottima della tua
clinica 10.12.1. Disposizione dello stabi		3. Dimensionamento ottimo del personale	10.14. Importanza del modello di assunzione in base alla strategia prescelta	10.15. Chiavi per definire la politica dei prezzi
10.16. Finanziamento est Finanziamento inte		7. Analisi strategica di un caso di successo di una clinica dentale		

Modulo 11 Introduzione al marketing			
 11.1. Fondamenti principali del marketing 11.1.1. Variabili base del Marketing 11.1.2. Evoluzione del concetto di marketing 11.1.3. Il marketing come sistema di scambio 	11.2. Nuove tendenze di marketing 11.2.1. Evoluzione e futuro del marketing	 11.3. Intelligenza emozionale applicata al marketing 11.3.1. Cos'è l'intelligenza emozionale 11.3.2. Come applicare l'intelligenza emozionale nella tua strategia di marketing 	11.4. Il marketing sociale e la responsabilità sociale aziendale
11.5. Marketing interno 11.5.1. Marketing tradizionale (marketing mix) 11.5.2. Marketing di riferimento 11.5.3. Marketing di contenuti	11.6. Marketing esterno 11.6.1. Marketing operativo 11.6.2. Marketing strategico 11.6.3. <i>Inbound</i> Marketing 11.6.4. <i>E-mail</i> Marketing 11.6.5. Marketing degli influencer	11.7. Marketing interno vs. Marketing esterno	 11.8. Tecniche di fidelizzazione dei pazienti 11.8.1. L'importanza della fidelizzazione dei pazienti 11.8.2. Strumenti digitali applicati alla fidelizzazione dei pazienti
Modulo 12 Marketing 2.0			
 12.1. L'importanza del branding per la differenziazione 12.1.1. Identità visiva 12.1.2. Le fasi del branding 12.1.3. Branding come strategia di differenziazione 12.1.4. Archetipi di Junk per dare personalità al tuo marchio 	 12.2. Il web e i blog aziendali della clinica dentale 12.2.1. Chiavi per un web efficace e funzionale 12.2.2. Decisione del tono di voce nei canali di comunicazione 12.2.3. Vantaggi di avere un blog aziendale 	 12.3. Uso effettivo delle piattaforme sociali 12.3.1. L'importanza della strategia nelle piattaforme sociali 12.3.2. Strumenti di automatizzazione per le piattaforme sociali 	 12.4. Uso della messaggeria istantanea 12.4.1. Importanza di una comunicazione diretta con i pazienti 12.4.2. Canali per la promozione personalizzata o i messaggi massivi
12.5. Importanza della narrativa transmediale nella comunicazione	2.0 12.6. Come creare basi di dati per	mezzo della comunicazione? 12.7. Google analytics per misurare	l'impatto della tua comunicazione 2.0
12.8. Analisi della situazione	12.9. Determinazione di obiettivi	12.10.1. Tipi di strategie	
12.8.1. Analisi della situazione esterna 12.8.2. Analisi della situazione interna	12.9.1. Punti chiave nella determinazione di obiettivi12.10. Determinazione di strategie	12.11. Piano d'azione	12.12. Preventivi
12.12.1. Assegnazione del bilancio 12.12.2. Previsione dei risultati	12.13. Metodi di controllo e monitoraggio		

Modulo 13 Il valore del capitale umano			
13.1. Introduzione alla gestione delle risorse umane	13.2. Cultura aziendale e clima lavorativo	13.3. La squadra 13.3.1. La squadra odontologica 13.3.2. La squadra ausiliare 13.3.3. Amministrazione e direzione	 13.4. Organigramma della tua clinica dentale 13.4.1. Organigramma della clinica: gerarchia 13.4.2. Descrizione dei dipartimenti dell'organigramma 13.4.3. Descrizione dei posti di ogni dipartimento 13.4.4. Assegnazione di compiti per ogni posto 13.4.5. Coordinazione dei dipartimenti
13.5. Introduzione alla gestione lavorativa e delle risorse umane	13.6. Strategie per l'incorporazione del capitale umano13.6.1. Strategie per la selezione di personale13.6.2. Strategie di assunzione	13.7. Politiche salariali 13.7.1. Salario fisso 13.7.2. Salario variabile	13.8. Strategia di ritenzione dei talenti 13.8.1. Cos'è la ritenzione dei talenti? 13.8.2. Vantaggi della ritenzione dei talenti in una clinica dentale 13.8.3. Forme di ritenere i talenti
13.9. Strategia di gestione delle assenze 13.9.1. L'importanza della pianificazione per la gestione di assenze 13.9.2. Forme di gestire le assenze in una clinica	13.10.1. Il contratto di lavoro 13.10.2. Tempo di lavoro	13.11.1. Tipologie e modalità del contratto di lavoro 13.11.2. Modifiche sostanziali del contratto di lavoro 13.11.3. Inefficacia, sospensione e risoluzione del contratto di lavoro	dell'odontoiatra 13.12.2. Contributi 13.12.3. Ritenzione IRPEF
dentale 13.10. La relazione professionale	13.11. Modalità di assunzione	13.12. Gestione delle buste paga 13.12.1. Commercialista: l'alleato intelligente	13.13. Normativa legale 13.13.1. Il sistema della previdenza sociale
13.13.2. Regimi della previdenza sociale 13.13.3. Assunzioni e congedi			

lavoro in una clinica dentale

15.8.2. Tecnica di produttività "un compito, un solo

15.8.1. Importanza di definire i compiti principali

nella clinica dentale

14.1. Cos'è la leadership personale?	14.2. L'importanza di applicare la regola del 33%	14.3. Vantaggi di una cultura di gestione in una clinica dentale	14.4. Qual è la migliore gestione per la tua clinica dentale?
			14.4.1. Direzione autocratica 14.4.2. Direzione per obiettivi 14.4.3. Direzione per valori
14.5. Abilità di direzione personale 14.5.1. Pensieri strategici 14.5.2. L'importanza della visione del direttore	14.6.1. La comunicazione assertiva 14.6.2. La capacità di delegare 14.6.3. Dare e ricevere <i>Feedback</i>	14.7.1. Identificare le emozioni basiche da attuare 14.7.2. L'importanza dell'ascolto attivo 14.7.3. L'empatia come abilità personale chiave	
14.5.3. Come sviluppare una sana attività	14.7 Intelligenza amezionale applicate	14.7.4. Come identificare un sequestro emotivo? 14.7.5. Come raggiungere risultati "win-win"?	
autocritica? 14.6. Abilità di direzione interpersonale	14.7. Intelligenza emozionale applicata alla risoluzione di conflitti	14.8. I benefici della tecnica della costellazione organizzativa	 14.9. Tecniche di motivazione per ritenere talenti
14.9.1. Il riconoscimento 14.9.2. Assegnazione di responsabilità 14.9.3. Promuovere la salute professionale 14.9.4. Offrire incentivi			
14.10. L'importanza della valutazione delle prestazioni			
Modulo 15 Qualità e gestione del tempo ne	ella clinica dentale		
15.1. Qualità applicata ai trattamenti offerti	15.2. Principi di gestione della qualità 15.2.1. Cos'è un sistema di gestione della qualità? 15.2.2. Benefici per l'organizzazione	15.3. Qualità nello svolgimento dei compiti	15.3.4. Esempio pratico: protocollo delle visite 15.4. Strumenti di monitoraggio e
15.1.1. Definizione di qualità in Odontologia15.1.2. Standardizzazione dei processi di una clinica dentale		15.3.1. Protocolli: definizione 15.3.2. Protocolli: obiettivi di applicazione 15.3.3. Protocolli: benedici di applicazione	revisione dei protocolli
	15.5.4. Fase 3: monitoraggio		soddisfazione
15.5. Il miglioramento continuo nelle	15.6. Qualità nella soddisfazione del	15.7. Casi pratici di qualità nella clinica	15.8. Gestione di sicurezza e salute nel

paziente

15.6.1. Indagini sulla soddisfazione

15.6.2. Applicazione di questionari di soddisfazione 15.6.3. Rapporti sul miglioramento

cliniche dentali

15.5.3. Fase 2: apprendimento

15.5.1. Cos'è il miglioramento continuo? 15.5.2. Fase 1: consulenza dentale

emergenze

15.7.1. Caso pratico 1: protocollo di gestione di

15.7.2. Caso pratico 2: elaborazione di indagini sulla

tech 42 | Struttura e contenuti

 15.9. Standardizzazione del tempo nei trattamenti odontologici 15.9.1. L'importanza di raccogliere le tempistiche 15.9.2. Come documentare la standardizzazione delle tempistiche? 	15.10. Metodologia di ricerca per ottimizzare i processi di qualità	15.11. Descrizione del modello di gestione di qualità per servizi odontologici	15.12. La revisione sanitaria: fasi
Modulo 16 Gestione degli acquisti e del m	agazzino		
16.1. L'importanza di una corretta pianificazione degli acquisti	16.2. Responsabilità della funzione degli acquisti in una clinica dentale	 16.3. La gestione efficiente del magazzino 16.3.1. Costi di immagazzinamento 16.3.2. Inventario di sicurezza 16.3.3. Registro di entrate e uscite del materiale 	16.4. Fasi del processo di acquisto16.4.1. Ricerca di informazioni e considerazione di alternative16.4.2. Valutazione e processo decisionale16.4.3. Monitoraggio
16.5. Modi di esecuzione e gestione dei conti16.5.1. Adattare il tipo di ordine alle nostre esigenze	16.6.1. Tipi di relazione 16.6.2. Politiche di pagamento	16.7.1. Conoscenze e abilità necessarie 16.7.2. Fasi del processo di negoziazione 16.7.3. Consigli per negoziare con successo	16.8.1. Benefici per la clinica nel suo complesso 16.8.2. Parametri di misurazione
16.5.2. Gestione dei rischi 16.6. Relazione con il fornitore	16.7. La negoziazione durante l'acquisto	16.8. La qualità negli acquisti	16.9. Indicatori di efficacia
	degli acquisti		
16.10. Nuove tendenze nella gestione			
Modulo 17 Costi e finanziamenti applicati	alle cliniche dentali		
17.1. Principi base di economia	17.2. Il bilancio 17.2.1. Composizione del bilancio 17.2.2. Attivo 17.2.3. Passivo 17.2.4. Patrimonio netto 17.2.5. Interpretazione del bilancio	17.3. Il conteggio dei risultati 17.3.1. Composizione del conteggio dei risultati 17.3.2. Interpretazione del conteggio dei risultati	17.4. Introduzione alla contabilità dei costi
17.5. Benefici della sua applicazione	17.6. Costi fissi nella clinica dentale 17.6.1. Definizione dei costi fissi 17.6.2. Costi fissi di una clinica dentale tipo 17.6.3. Costo/ora del professionista	17.7. Costi variabili nella clinica dentale 17.7.1. Definizione dei costi variabili 17.7.2. Costi variabili di una clinica dentale tipo 17.8. Costo/ora di una clinica dentale	17.9. Il prezzo di trattamento
17.10. Beneficio del trattamento	17.11. Strategia di <i>pricing</i>	17.12. Introduzione all'analisi finanziaria	17.17. Analisi della redditività della

18.4. La storia clinica

17.13. Le fatture e altri documenti di pagamento

17.13.1. La fattura: significato e contenuto minimo 17.13.2. Altri documenti di pagamento

17.14. Gestione dei pagamenti

17.14.1. Organizzazione amministrativa 17.14.2. La gestione dei pagamenti 17.14.3. Il bilancio di cassa 17.14.4. Analisi ABC dei pazienti

17.14.5. Inadempienze

17.15. Modalità di finanziamento esterno

17.15.1. Finanziamento bancario

17.15.2. Leasing (arrendamento finanziario)

17.15.3. Differenze tra leasing e renting

17.15.4. Sconti di effetti commerciali

17.16. Analisi delle liquidità della clinica

clinica

17.18. Analisi dei debiti

18.1. Concetti di Base |

- 18.1.1. Definizione e obiettivi
- 18.1.2. Ambito di applicazione
- 18.1.3. Atto clinico
- 18.1.4. Il dentista

18.2. Principi generali

- 18.2.1. Principio di uguaglianza dei pazienti
- 18.2.2. Priorità degli interessi del paziente
- 18.2.3. Doveri professionali del dentista

18.3. L'attenzione del paziente

- 18.3.1. Trattamento del paziente
- 18.3.2. Il paziente minorenne
- 18.3.3. Libertà di scelta del professionista
- 18.3.4. Libertà di accettazione e rifiuto del paziente

18.5. Informazione al paziente

- 18.5.1. Diritto del paziente all'informazione clinica
- 18.5.2. Consenso informativo
- 18.5.3. Rapporti clinici

18.6. Il segreto professionale

- 18.6.1. Concetto e contenuto
- 18.6.2. Estensione dell'obbligo
- 18.6.3. Eccezioni al mantenimento del segreto professionale
- 18.6.4. Archivi informatici

18.7. Pubblicità.

- 18.7.1. Requisiti di base della pubblicità professionale
- 18.7.2. Citazione di titoli
- 18.7.3. Pubblicità professionale
- 18.7.4. Azioni con possibile effetto pubblicitario

Un'esperienza formativa unica, chiave e decisiva per potenziare la tua crescita professionale e dare una svolta



Metodologia Questo programma ti offre un modo differente di apprendimento. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: il Relearning. Questo sistema di insegnamento è usato, per esempio, nelle più prestigiose scuole di medicina del mondo ed è stato considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il New England Journal of Medicine.



tech 46 | Metodologia

In TECH Business School impieghiamo il Metodo Casistico di Harvard

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.



Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"



Siamo la prima università online in spagnolo che combina gli studi di casi della Harvard Business School con un sistema di apprendimento online al 100% basato sulla ripetizione.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e diffe-

Questo programma intensivo della Business School di TECH Global University prepara gli studenti ad affrontare tutte le sfide di questo settore, sia a livello nazionale che internazionale. Ci impegniamo a favorire la crescita personale e professionale, il miglior modo di incamminarsi verso il successo; per questo, TECH, utilizza i casi di studio di Harvard, con cui abbiamo un accordo strategico che ci permette di avvicinare i nostri studenti ai materiali della migliore Università del mondo.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali"

Il Metodo Casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 per consentire agli studenti di Diritto di non studiare le leggi solamente dal punto di vista teorico, ma, applicando il metodo casistico, potessero vedersi immersi in situazioni complesse e reali, che li obbligassero a prendere delle decisioni e ad esprimere dei giudizi di valore fondati rispetto alla soluzione delle stesse. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel Metodo Casistico, un metodo
di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si
confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro

tech 48 | Metodologia

Relearning Methodology

La nostra Università è la prima al mondo a coniugare i *casi di studio*di Harvard con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione e che combina un minimo di elementi diversi in ogni lezione.

Potenziamo i case studies di Harvard con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica scuola di lingua spagnola autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online in spagnolo.



Metodologia | 49 tech

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato con un successo senza precedenti oltre 650.000 laureati, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e maggior rendimento, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive context-dependent e-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

In questo programma avrai accesso ai migliori materiali didattici, preparati appositamente per te:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati da specialisti che insegneranno nel corso, appositamente per esso, in modo che lo sviluppo didattico sia realmente specifico e concreto.

Questi contenuti vengono poi applicati al formato audiovisivo che creerà il nostro modo di lavorare online, con le ultime tecniche che ci permettono di offrirti grande qualità in ognuno dei pezzi che metteremo a tua disposizione.



Master class

Esistono prove scientifiche sull'utilità dell'osservazione di terzi esperti.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



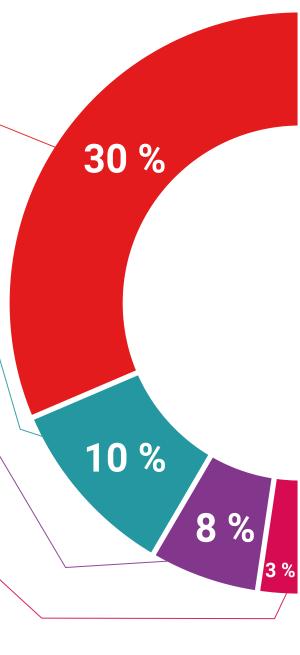
Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso, guide internazionali... nella nostra biblioteca virtuale avrete accesso a tutto il necessario per completare la tua specializzazione.



Metodologia | 51 tech



Completerai una selezione dei migliori casi aziendali usati alla Harvard Business School. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti del senior management in America Latina.



Riepiloghi interattivi

Presentiamo i contenuti in modo attraente e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

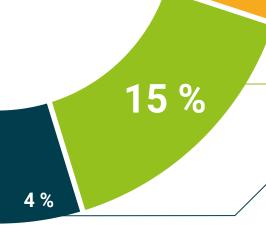


Questo sistema di specializzazione unico per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".

Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma. Lo facciamo su 3 dei 4 livelli della Piramide di Miller.







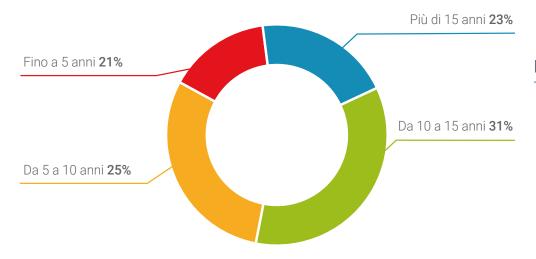


tech 54 | Profilo dei nostri studenti



Da **35** y **45** anni

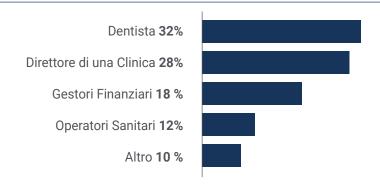
Anni di esperienza



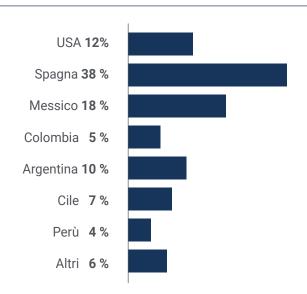
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica





Elena Jiménez

Amministratrice di una clinica dentale

"Il Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestione di Cliniche Dentali mi ha dato l'opportunità di specializzarmi in questo entusiasmante settore, senza trascurare il resto delle mie mansioni quotidiane. È stato il passo decisivo per dare una spinta alla mia carriera e, grazie a questo, oggi gestisco la mia clinica dentale"





Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Il Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestione di Cliniche Dentali di TECH Global University è un programma intensivo che prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali sia a livello nazionale che internazionale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

Per questo, se desideri superare te stesso, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, **TECH è il posto che fa per te**..

Un programma unico che ti permetterà di accrescere le tue competenze in questo

Migliora le tue competenze e ottieni la promozione che desideri grazie a questo programma.

Momento del cambiamento

Durante il programma l'

15 %

Durante il primo anno il

55 %

Due anni dopo il

30 %

Tipo di cambiamento

Promozione interna 37 %

Cambio di azienda 40 %

Imprenditoria 23%

Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al 25%.

Salario precedente

57.900 €

Incremento salariale del

25,22 %

Salario posteriore

72.500 €





tech 62 | Benefici per la tua azienda

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine



Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il manager porterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.



Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.



Creare agenti di cambiamento

Il manager sarà in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.



Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.







Sviluppo di progetti propri

Il manager potrà lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.



Aumento della competitività

Questo Master Specialistico fornirà ai nostri studenti le competenze necessarie per affrontare nuove sfide e far crescere la propria organizzazione.





tech 66 | Titolo

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestionedi Cliniche Dentali** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra (*bollettino ufficiale*). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la

collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

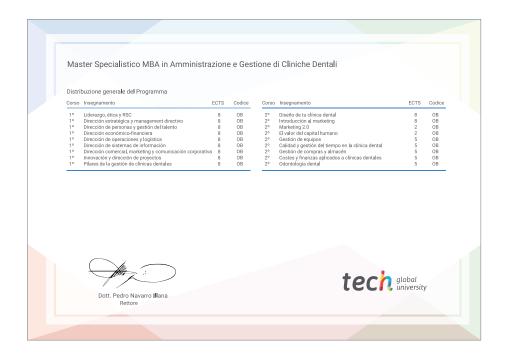
Titolo: Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestione di Cliniche Dentali

Modalità: online

Durata: 2 anni

Accreditamento: 120 ECTS





^{*}Apostille dell'Aia Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH Global University effettuerà le gestioni opportune per ottenerla ad un costo aggiuntivo.



Master Specialistico MBA in Amministrazione e Gestione di Cliniche Dentali

» Modalità: online

» Durata: 2 anni

» Titolo: TECH Global University

» Accreditamento: 120 ECTS

» Orario: a scelta

» Esami: online

