

Certificat Avancé

Marketing dans les Centres Vétérinaires





Certificat Avancé Marketing dans les Centres Vétérinaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-marketing-centres-veterinaires

Sommaire

01	02	03	04
Accueil	Pourquoi étudier à TECH?	Pourquoi notre programme?	Objectifs
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>page 4</i>	<i>page 6</i>	<i>page 10</i>	<i>page 14</i>
	05	06	07
	Structure et contenu	Méthodologie	Profil de nos étudiants
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 22</i>	<i>page 30</i>	<i>page 38</i>
	08	09	10
	Direction de la formation	Impact sur votre carrière	Bénéfices pour votre entreprise
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 42</i>	<i>page 48</i>	<i>page 52</i>
			11
			Diplôme
			<hr/>
			<i>page 56</i>

01

Accueil

Le marketing est fondamental pour le succès de toute entreprise et il est encore plus important sur les marchés où la concurrence est de plus en plus forte. Avec la préoccupation accrue pour le bien-être des animaux dans notre société, les cliniques vétérinaires ont commencé à proliférer et à se multiplier. Le moment étant venu de se distinguer par une communication ciblée et spécialisée, TECH a développé cette qualification complète avec laquelle tous les professionnels du marketing peuvent se spécialiser dans une niche commerciale en pleine expansion. En optant pour le marketing dans les centres vétérinaires, les étudiants ont la garantie d'une meilleure opportunité professionnelle avec des attentes élevées en matière de croissance de l'emploi.



Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires
TECH Université Technologique



“

*Acquérir les compétences nécessaires pour
placer les clients de votre entreprise vétérinaire
au premier plan de la communication”*

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Microsoft Europe Success Story" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

L'objectif principal de ce Certificat Avancé en TECH est de former l'étudiant à gérer la communication, dans une perspective globale et innovante, de tout centre vétérinaire. Grâce à une connaissance avancée des différents types de marketing et de leur application au domaine de la santé animale, l'étudiant se distinguera professionnellement dans une niche de marché en expansion, garantissant ainsi l'amélioration de l'emploi qu'il recherche.



“

Préparez-vous à devenir un professionnel du marketing vétérinaire de premier niveau grâce à toutes les connaissances que vous allez acquérir tout au long de ce Certificat Avancé”

Les objectifs des étudiants sont les objectifs de TECH.
TECH travaille avec l'étudiant pour les atteindre.

Le Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires vous permettra de:

01

Définir les types de clients d'un centre vétérinaire et les styles de communication qui leur conviennent le mieux

02

Développer les compétences de communication nécessaires dans un cabinet vétérinaire

03

Faire preuve d'empathie et la développer dans un cabinet vétérinaire

04

Analyser les situations de distorsion des émotions et des plaintes afin d'y faire face efficacement

05

Gérer et évaluer la qualité du service à la clientèle dans un cabinet vétérinaire



06

Établir et développer les portefeuilles des clients à l'aide d'outils pratiques

08

Analyser et développer la visite des utilisateurs du centre vétérinaire idéal



09

Analyser l'évolution du marketing et sa signification dans le marketing expérientiel d'aujourd'hui

07

Concevoir et développer des modèles d'expérience client (CX) pour obtenir la meilleure expérience utilisateur (UX) possible

10

Réflexion sur la nécessité et l'obligation de fidéliser les bons clients

11

Examinez la différence entre la vente de services et de produits

14

Développer une méthodologie pratique pour le service client par téléphone

12

Déterminer le prix d'un service vétérinaire



13

Proposer une méthodologie pour la tarification des services vétérinaires

15

S'entraîner à toujours facturer tout ce qui est fait et facturé

16

Identifier les supports publicitaires les plus appropriés pour chaque action

18

Établir une méthodologie pour le traitement des plaintes et des réclamations

19

Développez une méthodologie pour convertir chaque stratégie en au moins une action spécifique

17

Montrer l'importance des enquêtes de satisfaction pour savoir ce que nos clients pensent de nous

20

Déterminez les bases pratiques de l'augmentation des ventes par la vente croisée



21

Convaincre de la nécessité d'utiliser le *Merchandising* dans le magasin

24

Analyser les valeurs à développer nécessaires chez un manager

22

Convaincre que le marketing numérique doit avoir le même poids que le marketing analogique

25

Proposer une méthodologie pour devenir un bon leader

23

Proposer des modèles qui permettent de contrôler les actions de marketing

26

Faire face à un processus de négociation avec confiance et sécurité

27

Générer la confiance dans les personnes avec lesquelles un manager travaille et en lui-même

30

Construire et fédérer des équipes professionnelles performantes

28

Développer les compétences nécessaires à une excellente autogestion du temps

31

Identifier et analyser les conflits internes dans un centre vétérinaire

29

Proposer une méthodologie adaptée pour optimiser la productivité du manager

32

Diriger des équipes professionnelles pour les aider à trouver des solutions à leurs conflits internes

05

Structure et contenu

Le contenu de ce Certificat Avancé a été élaboré en tenant compte à la fois des besoins professionnels de l'étudiant et de la réalité actuelle du marché vétérinaire. L'étudiant trouvera donc un enseignement personnalisé qui lui permettra d'orienter correctement sa carrière professionnelle vers la communication publicitaire vétérinaire. Il s'agit d'une bonne occasion de diriger des équipes de marketing dans ce domaine et de devenir une référence dans le secteur.



“

Faites de votre ambition le carburant qui vous conduira au succès dans le marketing vétérinaire et inscrivez-vous dès aujourd'hui avec TECH à ce diplôme qui fera passer votre carrière à la dimension suivante"

Programme d'études

Les contenus du Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires ont été rédigés par une équipe de professionnels ayant une grande expérience de la gestion de la communication dans ce domaine d'activité. De cette façon, TECH s'assure que l'étudiant reçoit le matériel pédagogique le plus à jour du marché.

De même, la méthodologie éducative utilisée par TECH garantit que l'étudiant acquiert toutes les connaissances et compétences de la meilleure façon possible, grâce à un matériel audiovisuel étendu qui permet d'illustrer tout le contenu théorique et, en même temps, d'alléger la charge d'enseignement.

Au cours des 450 heures de formation, l'étudiant sera également confronté à des cas réels de techniques et de stratégies de marketing réussies dans des cliniques vétérinaires, ce qui lui permettra d'apprendre directement, à partir des exemples les plus pratiques, comment utiliser correctement toutes les compétences acquises.

Ce programme se déroule sur 6 mois et est composé de 3 modules:

Module 1.

Le client/utilisateur des centres vétérinaires

Module 2.

Le marketing appliqué aux centres vétérinaires

Module 3.

Compétences en matière de leadership et de gestion appliquées dans les établissements vétérinaires

Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH offre la possibilité de développer ce Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires entièrement en ligne. Pendant les 6 mois de spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

Plongez dans l'étude de la cybersécurité et parvenez à prévenir les cyberattaques dans votre entreprise.



Module 1. Le client/utilisateur des centres vétérinaires

<p>1.1. Le service à la clientèle dans les centres vétérinaires</p> <p>1.1.1. L'excellence du service à la clientèle 1.1.2. Gestion de l'assistance à la clientèle 1.1.3. La conformité dans les centres vétérinaires comme outil de fidélisation</p>	<p>1.2. La communication en face à face dans les centres vétérinaires</p> <p>1.2.1. Avantages pratiques de la communication avec les clients 1.2.2. Paradigme actuel 1.2.3. Besoins des clients 1.2.4. Gestion de la qualité du service à la clientèle 1.2.4.1. Canaux de communication avec les clients 1.2.4.2. Systèmes informatiques/bases de données (CRM) 1.2.4.3. Évaluation de la qualité enquêtes</p>	<p>1.3. Compétences essentielles en matière de communication pour les professionnels des institutions vétérinaires</p> <p>1.3.1. La question dans la communication professionnelle 1.3.2. L'écoute dans la communication professionnelle 1.3.3. Communication non verbale 1.3.4. Communication verbale 1.3.5. Proxémie dans les établissements vétérinaires</p>	<p>1.4. L'empathie, une compétence fondamentale au XXI^e siècle dans la relation avec les clients dans les centres vétérinaires</p> <p>1.4.1. Définition et description 1.4.2. Expressions d'empathie 1.4.3. Outils pour travailler l'empathie avec les clients dans les centres vétérinaires</p>
<p>1.5. Méthodologie pour gérer avec succès les situations difficiles avec les clients dans un centre vétérinaire</p> <p>1.5.1. Les quatre habitudes essentielles des cliniciens très efficaces 1.5.2. Caractéristiques des conflits entre les praticiens et leurs clients 1.5.3. Méthodologie pour gérer les situations difficiles avec les clients dans les cabinets vétérinaires 1.5.3.1. Identifier le problème 1.5.3.2. Découvrir l'importance 1.5.3.3. Saisir les opportunités 1.5.3.4. Établir les limites de la relation 1.5.3.5. Prolonger l'aide pour résoudre le problème 1.5.4. Outil pour l'amélioration des compétences en communication professionnelle</p>	<p>1.6. La communication au sein du cabinet vétérinaire</p> <p>1.6.1. Introduction 1.6.2. Le modèle Calgary-Cambridge appliqué au cabinet vétérinaire 1.6.2.1. Phase préparatoire 1.6.2.2. Lancement de la consultation 1.6.2.3. Collecte d'informations 1.6.2.4. Résultats et planification 1.6.2.5. Fournir des informations appropriées 1.6.2.6. La compréhension mutuelle 1.6.2.7. Achèvement de la consultation 1.6.3. Communiquer les mauvaises nouvelles aux clients des établissements vétérinaires</p>	<p>1.7. Stratégies pour traiter avec les clients d'un établissement vétérinaire</p> <p>1.7.1. Marketing relationnel 1.7.2. Principales attentes des clients et utilisateurs des centres vétérinaires 1.7.3. Gestion de la relation client à long terme 1.7.3.1. MSMC (meilleur service pour les meilleurs clients) 1.7.3.2. Le nouveau paradigme de la CRM</p>	<p>1.8. Segmentation de la clientèle et charte de la clientèle dans un centre vétérinaire</p> <p>1.8.1. Segments et portefeuilles de clients 1.8.1.1. Processus de carterisation dans les centres vétérinaires 1.8.2. Avantages stratégiques de la carterisation 1.8.3. Les clients les plus précieux</p>
<p>1.9. Expérience client (CX) et expérience utilisateur (UX) dans les cliniques vétérinaires</p> <p>1.9.1. Le moment de vérité 1.9.2. Éléments qui composent l'expérience client 1.9.3. L'expérience de l'utilisateur</p>	<p>1.10. Application pratique de l'expérience client et utilisateur dans les centres vétérinaires</p> <p>1.10.1. Phases 1.10.1.1. Étude et analyse des expériences des utilisateurs 1.10.1.2. Définition de la plateforme expérientielle 1.10.1.3. Conception et planification des expériences 1.10.1.4. Structurer le contact ou la rencontre avec les clients 1.10.1.5. Méthodologie pratique</p>		

Module 2. Le marketing appliqué aux centres vétérinaires**2.1. Marketing dans les centres vétérinaires**

- 2.1.1. Définitions
- 2.1.2. Besoins - Motifs d'achat
- 2.1.3. L'offre et la demande
- 2.1.4. L'évolution du marketing
- 2.1.5. Les entreprises d'aujourd'hui
- 2.1.6. Le client d'aujourd'hui
- 2.1.7. La fidélisation Le marketing au XXIe siècle

2.2. Qu'est-ce qui est vendu dans les centres vétérinaires?

- 2.2.1. Produits
- 2.2.2. Services
- 2.2.3. Différences entre les produits et les services
- 2.2.4. Les 4P des produits
- 2.2.5. Les 7P des services

2.3. Services– produits dans les centres vétérinaires

- 2.3.1. Portefeuille de services
- 2.3.2. Portefeuille de produits
- 2.3.3. Comment vendre des produits
- 2.3.4. Comment vendre des services?
- 2.3.5. Différenciation– Valeur ajoutée
- 2.3.6. Technique CAPE
- 2.3.7. Le neuromarketing et son application à la vente

2.4. Fixation des prix des services et des produits dans les centres vétérinaires

- 2.4.1. L'importance du prix dans une entreprise
- 2.4.2. La relativité du prix dans les services
- 2.4.3. Comment fixer les prix d'un service?
- 2.4.4. Comment fixer le prix d'un produit?
- 2.4.5. Liste de prix
- 2.4.6. Comment fixer le prix d'un service aux clients?
- 2.4.7. Comment réfuter les commentaires des prix élevés?
- 2.4.8. Courbe d'élasticité demande-prix
- 2.4.9. Modèles commerciaux de tarification dans les centres vétérinaires
- 2.4.10. Comment facturer tout et ce qu'il faut faire?

2.5. Communication avec le client dans les centres vétérinaires

- 2.5.1. Communication avec le client interne: les employés
- 2.5.2. Besoin: coordination des messages
- 2.5.3. Multicanal et omnicanal
- 2.5.4. Dans la salle d'attente
- 2.5.5. Service clientèle par téléphone
- 2.5.6. Dans la salle de consultation
- 2.5.7. Rappels
- 2.5.8. Campagnes de santé préventive
- 2.5.9. Dr. Google Vet. et sa gestion par le vétérinaire
- 2.5.10. Raisons pour lesquelles un client change de vétérinaire
- 2.5.11. Enquêtes de satisfaction
- 2.5.12. Plaintes dans un cabinet vétérinaire

2.6. Publicité dans les établissements vétérinaires

- 2.6.1. Quel type de clients est-ce que je veux atteindre?
- 2.6.2. Salle d'attente
- 2.6.3. Éléments promotionnels
- 2.6.4. Médias imprimés
- 2.6.5. Médias digitaux
- 2.6.6. Autre

2.7. Vente croisée dans les centres vétérinaires

- 2.7.1. Qu'est-ce que et à quoi sert-elle?
- 2.7.2. Types de ventes croisées
- 2.7.3. Comment l'exécuter
- 2.7.4. Service + Service
- 2.7.5. Service + Produit
- 2.7.6. Produit + Produit
- 2.7.7. Travail d'équipe

2.8. Merchandising

- 2.8.1. Définitions
- 2.8.2. Les piliers
- 2.8.3. Objectifs
- 2.8.4. Le processus de décision d'achat et les types d'achats
- 2.8.5. L'extérieur
 - 2.8.5.1. Façade
 - 2.8.5.2. Identité
 - 2.8.5.3. Porte
 - 2.8.5.4. Vitrine
- 2.8.6. L'intérieur
 - 2.8.6.1. Assortiment
 - 2.8.6.2. Aménagement de l'espace
- 2.8.7. Gestion des stocks
- 2.8.8. Animation au point de vente
 - 2.8.8.1. Externe
 - 2.8.8.2. Interne
 - 2.8.8.3. PLV
 - 2.8.8.4. Promotions

2.9. Marketing numérique dans les centres vétérinaires

- 2.9.1. Généralités
- 2.9.2. L'effet ROPO
- 2.9.3. *Blending* Marketing: offline et online
- 2.9.4. Site web d'un centre vétérinaire

2.9.5. Les réseaux sociaux appliqués aux centres vétérinaires

- 2.9.5.1. Facebook
- 2.9.5.2. Twitter
- 2.9.5.3. Instagram
- 2.9.5.4. Chaîne YouTube
- 2.9.6. *Email* Marketing
- 2.9.7. Outils de messagerie instantanée

2.10. Des outils de fidélisation pour les clients des centres vétérinaires

- 2.10.1. Tous les clients n'ont pas la même valeur
- 2.10.2. Plans de santé
- 2.10.3. Campagnes de santé préventive
- 2.10.4. Assurance vétérinaire
- 2.10.5. Systèmes d'accumulation de points
- 2.10.6. Coupons de réduction
- 2.10.7. Autre

Module 3. Compétences en matière de leadership et de gestion appliquées dans les établissements vétérinaires

<p>3.1. Compétences essentielles de gestion d'un gestionnaire et/ou d'un propriétaire d'établissement vétérinaire</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1. La Direction 3.1.2. Prise de décision 3.1.3. Capacité de résolution 3.1.4. Flexibilité 3.1.5. Conscience de soi 3.1.6. Assertivité 3.1.7. Communication 3.1.8. Intelligence émotionnelle 	<p>3.2. Le leadership appliqué aux établissements vétérinaires</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1. Caractéristiques du leader 3.2.2. Les avantages du leadership 3.2.3. Exercices de l'animateur 3.2.4. Délégation <ul style="list-style-type: none"> 3.2.4.1. Stratégie de délégation 3.2.4.2. Sélection des tâches 3.2.4.3. Processus d'autonomisation 3.2.5. Entretiens de motivation avec les employés <ul style="list-style-type: none"> 3.2.5.1. Méthode GROW/MAPA 	<p>3.3. Négociation pour le vétérinaire pour le responsable du centre vétérinaire</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.3.1. Compétences en matière de négociation 3.3.2. Types et styles de négociation 3.3.3. Les étapes de la négociation <ul style="list-style-type: none"> 3.3.3.1. Préparation 3.3.3.2. Discussion et argumentation 3.3.3.3. Proposition 3.3.3.4. Échange 3.3.3.5. Fermeture 3.3.3.6. Suivi 3.3.4. Tactiques et techniques de négociation 3.3.5. Stratégies 	<p>3.4. Gestion du temps du responsable de l'établissement vétérinaire</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.4.1. Ralentir, réfléchir, analyser et décider 3.4.2. Connaissances d'initiés 3.4.3. Comment établir des priorités? 3.4.4. Agir 3.4.5. Planification et organisation 3.4.6. Voleurs de temps
<p>3.5. Comment établir la confiance dans le personnel d'un cabinet vétérinaire?</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.5.1. Confiance en soi 3.5.2. Faire confiance aux autres 3.5.3. Autocritique constructive 3.5.4. Respect et responsabilité 3.5.5. Honnêteté 3.5.6. Essais et erreurs 	<p>3.6. Gestion de la productivité du responsable de l'établissement vétérinaire</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.6.1. Les voleurs de productivité 3.6.2. La méthode Getting Things Done® (GTD) <ul style="list-style-type: none"> 3.6.2.1. Principes fondamentaux 3.6.2.2. Collecter ou capturer 3.6.2.3. Traiter ou clarifier 3.6.2.4. Organiser 3.6.2.5. Consultez le site 3.6.2.6. Faire 	<p>3.7. Haute performance professionnelle des équipes performantes dans les établissements vétérinaires</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.7.1. Groupes de travail 3.7.2. Caractéristiques des équipes professionnelles 3.7.3. Avantages des équipes professionnelles d'équipes performantes 3.7.4. Exemples pratiques 	<p>3.8. Identifier et résoudre de conflits internes dans les établissements vétérinaires</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.8.1. La méthode des cinq dysfonctionnements d'équipes professionnelles <ul style="list-style-type: none"> 3.8.1.1. Manque de confiance 3.8.1.2. La peur du conflit 3.8.1.3. Manque d'engagement 3.8.1.4. Évitement de la responsabilité 3.8.1.5. Désintérêt pour les résultats 3.8.2. Les causes d'échec des équipes professionnelles
<p>3.9. Prévention de la toxicité interne dans les établissements vétérinaires</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.9.1. Santé organisationnelle 3.9.2. Mesures préventives <ul style="list-style-type: none"> 3.9.2.1. Créer une équipe de direction cohérente 3.9.2.2. Créer de la clarté au sein de l'entreprise 3.9.2.3. Surcommuniquer la clarté 3.9.2.4. Renforcer la clarté 	<p>3.10. La gestion du changement dans la gestion des établissements vétérinaires</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.10.1. Audit de croyance 3.10.2. Développement du caractère 3.10.3. Actions pour le changement 		



06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



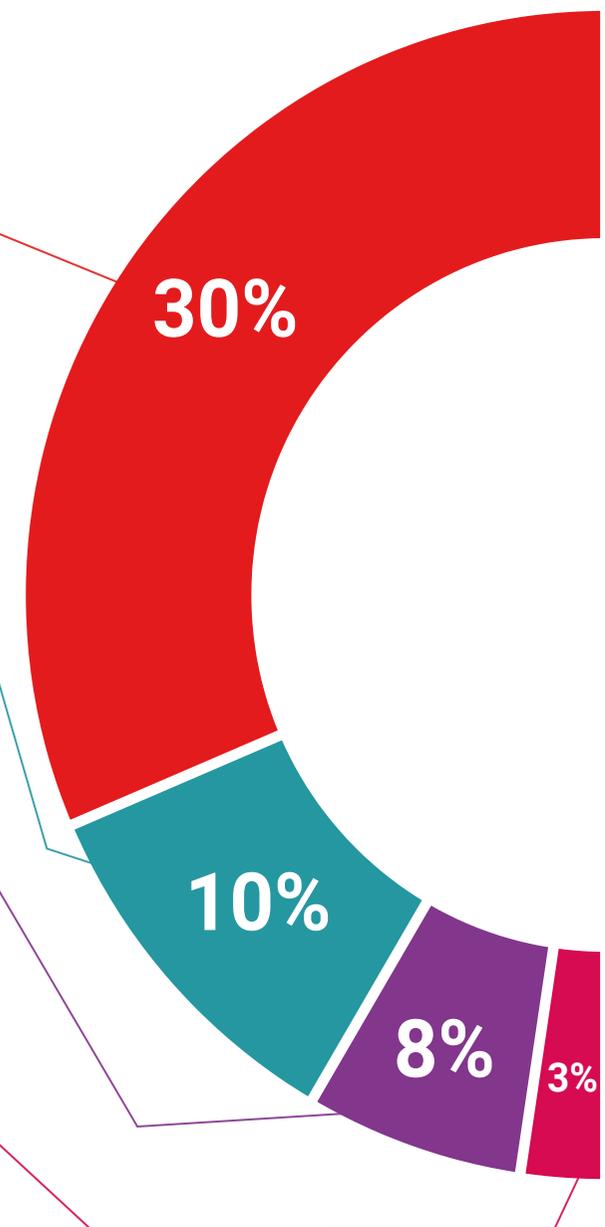
Stages en compétences de gestion

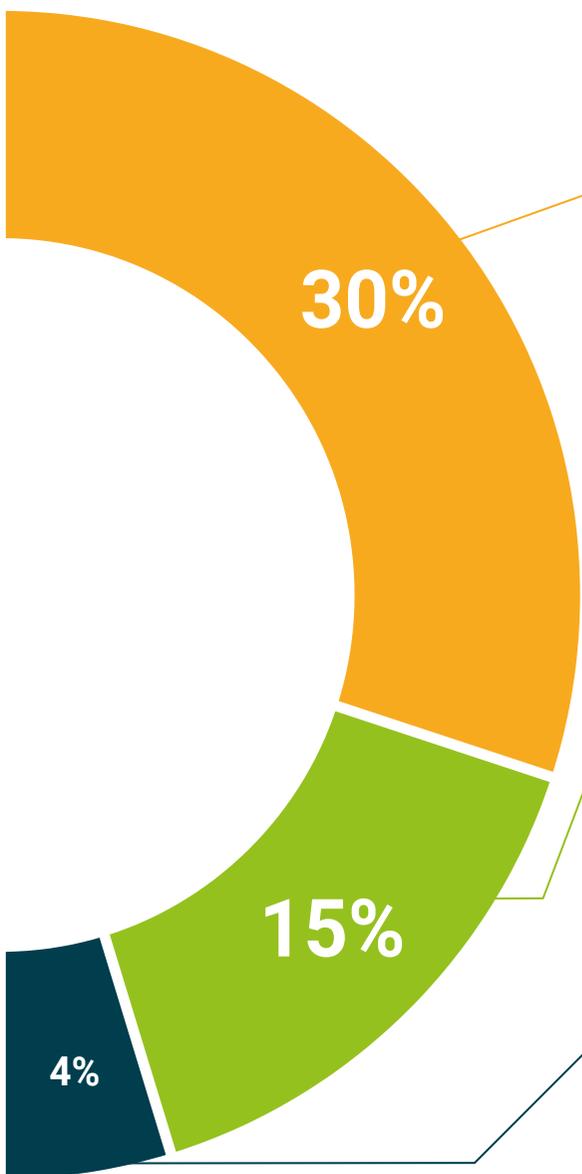
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Ce programme a été créé pour tous les professionnels du monde vétérinaire ou du marketing qui souhaitent spécialiser leur carrière et donner une approche plus qualitative à leur travail dans ce domaine spécifique. Grâce aux connaissances avancées enseignées et à la variété des profils multidisciplinaires, l'étudiant a une excellente occasion de se constituer un *réseau* et de rencontrer des partenaires ou des clients potentiels.





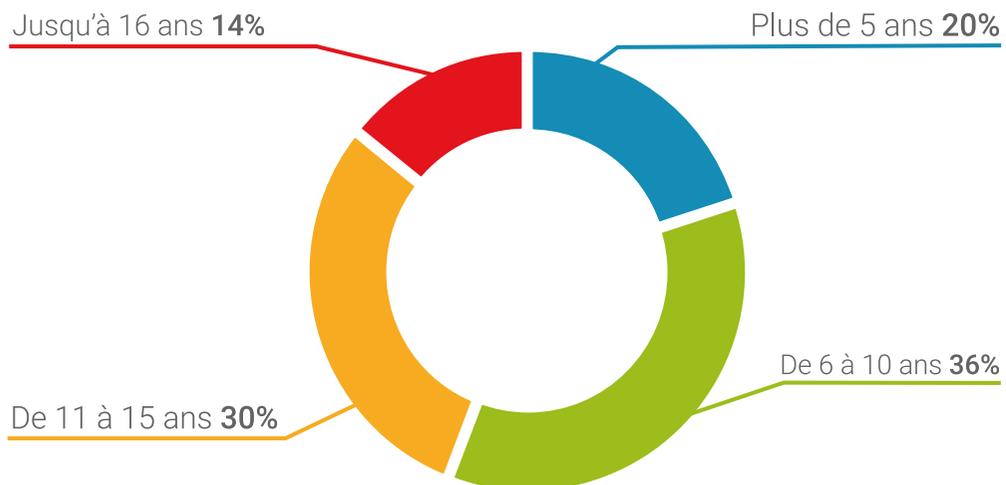
“

Vous aurez la vision nécessaire pour faire passer votre centre vétérinaire à un nouveau niveau d'activité, avec une communication axée sur le public que vous voulez atteindre”

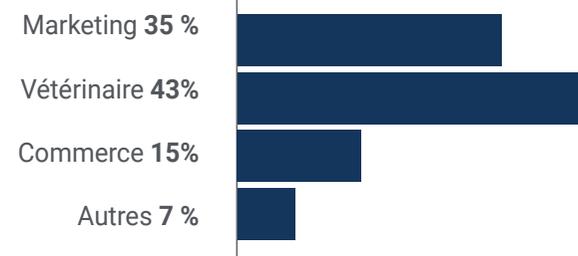
Âge moyenne

Entre **35** et **45** ans

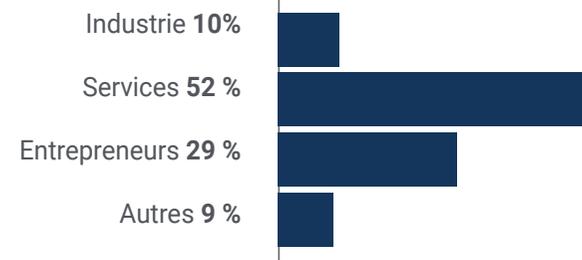
Années d'expérience



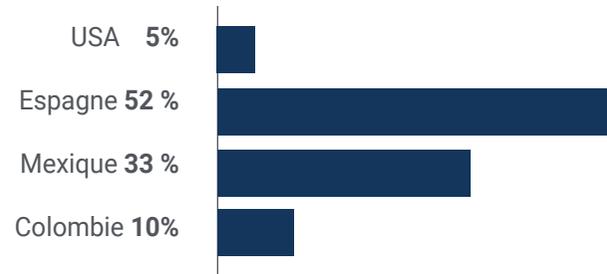
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Lola María Mondragón

Expert en marketing

"Ce Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires m'a permis de réorienter ma profession vers ce domaine, que je trouve très intéressant et plein d'opportunités. Je le recommande à tous les professionnels qui veulent se spécialiser dans ce créneau passionnant"

08

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts réputés dans la direction et gestion de centres vétérinaires apportant l'expérience de leur travail. De plus, d'autres spécialistes de prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le Certificat Avancé de manière interdisciplinaire, ce qui en fait, par conséquent, une expérience unique au niveau académique pour l'étudiant.



“

Les spécialistes de ce domaine apportent à l'étude, en plus des connaissances les plus innovantes, la vision réelle et actuelle de ce type de travail"

Direction



M. Barreneche Martínez, Enrique

- ◆ Directeur de la société de conseil VetsPower.com, une société de conseil aux entreprises exclusivement dédiée aux centres de santé vétérinaires pour animaux de compagnie
- ◆ Diplômé en médecine vétérinaire de l'Université Complutense de Madrid en 1990
- ◆ Vice-président de l'association patronale provinciale du secteur vétérinaire d'Alicante, AEVA, et trésorier de la Confédération des associations patronales du secteur vétérinaire d'Espagne (CEVE)
- ◆ Co-fondateur du Groupe de Travail Gestion et Administration de l'AVEPA, (GGA) dont il a été le président entre 2011 et 2013
- ◆ Expérience d'une entreprise personnelle. Fondateur et propriétaire du centre vétérinaire Amic à Alicante de 1991 à 2018, transféré pour se consacrer exclusivement à la gestion d'entreprise dans le secteur des centres de santé vétérinaire pour animaux de compagnie
- ◆ Auteur des livres sur la gestion des affaires dans les centres vétérinaires "Qui a pris mon centre vétérinaire ?" (2009) et "J'ai trouvé mon centre vétérinaire!" (2013)
- ◆ Co-auteur de deux livres et auteur de chapitres spécifiques dans d'autres publications visant à former des assistants de clinique vétérinaire (ACV)
- ◆ Intervenant dans divers cours et ateliers sur la gestion commerciale des centres vétérinaires, sur place et en ligne, en Espagne et à l'étranger
- ◆ Depuis 1999, il a donné de nombreuses conférences, cours et webinaires pour les assistants de cliniques vétérinaires

Professeurs

M. Martín González, Abel

- ♦ Diplôme de médecine vétérinaire de l'Université Complutense de Madrid, 1989
- ♦ Études de doctorat, sans présentation de la thèse
- ♦ Enseignant collaborant avec la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha dans le cadre de cours sur la gestion des exploitations d'élevage
- ♦ Conférences sur l'écographie et le contrôle de la reproduction organisées par AESLA (Asociación de Criadores de Raza Lacaune) dans différents endroits en Espagne
- ♦ Conférencier au Cycle de Conférences sur la lutte contre les maladies des taureaux organisé par le Collège des Vétérinaires de Madrid
- ♦ Conférences sur la gestion des centres vétérinaires organisées par le groupe de gestion de l'AVEPA
- ♦ Intervenant à plusieurs congrès nationaux organisés par l'AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- ♦ Expert INCUAL dans la rédaction de la qualification professionnelle d'assistance et d'aide sanitaire dans la gestion des animaux de ferme
- ♦ Vétérinaire en pratique clinique libre dans des exploitations d'élevage, en tant que directeur technique d'exploitations bovines, ovines, équinées et porcines
- ♦ Directeur technique de l'ADSG à Castilla La Mancha (Espagne): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- ♦ Directeur technique de la marque de qualité de viande Sierra de San Vicente
- ♦ Directeur du Centre vétérinaire de Talavera et de la Clinique vétérinaire Veco à Talavera de la Reina (Tolède)

- ♦ Directeur de l'hôpital de la clinique vétérinaire de Talavera
- ♦ Membre fondateur de la CEVE (Confédération espagnole des entreprises vétérinaires), dont il est actuellement vice-président. Membre de la Commission Santé et de la Commission Numérique du CEVE
- ♦ Membre fondateur de CEVE-CLM (Confederación Empresarial Veterinaria de Castilla La Mancha, dont il est actuellement président
- ♦ Membre de plusieurs associations professionnelles nationales et internationales telles que AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO
- ♦ Membre de la commission numérique de la CEOE (Confédération des organisations patronales espagnoles)

M. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ Ingénieur Supérieur en Télécommunications
- ♦ Diplôme en nautisme et transport maritime
- ♦ Capitaine de la marine marchande
- ♦ Instructeur de plongée professionnelle
- ♦ Secrétaire de la Confédération espagnole des entreprises vétérinaires CEVE
- ♦ Chef du département du travail, de l'organisation et de la formation du CEVE
- ♦ Secrétaire de Empresarís Veterinaris de les Illes Balears EMVETIB (Entrepreneurs vétérinaires des îles Baléares)
- ♦ Président de la Commission des services de la Confédération des associations d'entreprises des îles Baléares CAEB
- ♦ Membre du comité exécutif de la CAEB

Mme Saleno, Delia

- ♦ Études de doctorat (2000-2003) sans présentation de thèse
- ♦ Diplôme de médecine vétérinaire, Université des sciences agricoles et de médecine vétérinaire, Cluj-Napoca (Roumanie)
- ♦ Diplôme d'études supérieures en clinique des petits animaux (2000)
- ♦ Maîtrise de la recherche en cytogénétique à l'Université de Cordoba (2005) avec une étude sur l'infertilité équine
- ♦ Cours pour entrepreneurs (500h), par EOI en 2007 à Palma de Mallorca (Espagne)
- ♦ Cours de qualification comme évaluateur dans les procédures d'accréditation des compétences professionnelles par l'expérience professionnelle dans la famille professionnelle de l'agriculture
- ♦ Chercheur pré-doctoral au Département de la reproduction animale, Faculté de médecine vétérinaire, Cluj-Napoca (Roumanie)
- ♦ Chercheur pré-doctoral au Département de génétique de l'Université de Cordoba (Espagne)
- ♦ Elle a exercé une activité clinique en médecine canine et féline pendant plus de 20 ans, d'abord à l'hôpital vétérinaire universitaire de Cluj-Napoca, puis dans plusieurs cliniques et hôpitaux en Espagne
- ♦ En 2008, il a commencé son activité professionnelle avec une clinique vétérinaire à Palma de Majorque: Clinique vétérinaire de Son Dureta
- ♦ Il est membre fondateur d'Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) et de la Confederación Empresarial Veterinaria Española (CEVE). Il occupe la présidence d'EMVETIB depuis novembre 2012 et la présidence de CEVE depuis mars 2017
- ♦ Depuis septembre 2018, il est membre du conseil d'administration de CEOE
- ♦ Représentant du secteur vétérinaire dans différents forums économiques nationaux et internationaux et dans les observatoires et groupes de travail sectoriels du ministère de l'éducation, du ministère du travail et du ministère de l'agriculture

M. Vilches Sáez, José

- ♦ Chef de projet-CursoACV.com
- ♦ Responsable de la plate-forme de formation-Cursoveterinaria.es
- ♦ Chef de projet-Duna Formación
- ♦ Directeur commercial-Gesvilsa
- ♦ Directeur chez Formación Professional Duna, SL
- ♦ Responsable de la communauté
- ♦ Gestion du secrétariat-AGESVET
- ♦ Directeur des ventes-Guerrero Coves
- ♦ Directeur des ventes techniques-Guerrero Coves

M. Muñoz Sevilla, Carlos

- ♦ Diplôme de Médecine Vétérinaire de l'Université Complutense de Madrid Promotion 1985-1990
- ♦ MBA de l'Université Jaime I-(UJI), cours 2017-18
- ♦ Professeur d'anesthésiologie et de gestion des cliniques vétérinaires à l'Universidad Cardenal Herrera CEU, de novembre 2011 à aujourd'hui
- ♦ Membre d'AGESVET depuis sa fondation, jusqu'en 2018
- ♦ Participant au développement et à la formation du module des ressources humaines d'AGESVET
- ♦ Président du Comité National de Négociation de la Convention Collective des Centres et Services de Santé Vétérinaire.
- ♦ Gérant de la clinique vétérinaire Veterinari Son Dureta SLP



M. Villaluenga, José Luis

- ♦ Diplôme en sciences biologiques de l'université Complutense de Madrid (1979)
- ♦ Master en marketing numérique, EAE et Université de Barcelone (2016)
- ♦ Master universitaire en gestion des ressources humaines, EAE et Université de Barcelone (2018)
- ♦ Professeur associé depuis 2012 à la Faculté de Médecine Vétérinaire de l'Université Alfonso X El Sabio, Madrid (Espagne) dans le diplôme de Médecine Vétérinaire, dans les matières de Génétique Vétérinaire 1er Cours et Ethnologie 2ème (Module: Gestion et marketing dans le domaine vétérinaire)
- ♦ Conférencière dans le domaine du " Service à la clientèle ", depuis 2017, à FORVET, Centre de formation vétérinaire pour les assistants techniques vétérinaires, à Madrid (Espagne)
- ♦ Chargé de cours du master en médecine sportive équine à l'université de Cordoue (Espagne), depuis 2019. Module: Marketing et gestion de l'entreprise vétérinaire équine
- ♦ Conférencier au titre propre d'expert en physiothérapie et réhabilitation des petits animaux: Chiens et chats, zone: Gestion commerciale d'un centre de réhabilitation de petits animaux, depuis 2017, à l'Université Complutense de Madrid (Espagne)
- ♦ 2016-Présent: Création comme l'un des 2 associés fondateurs de la société Rentabilidad Veterinaria, SL. Cette société se consacre à la gestion commerciale de centres vétérinaires pour animaux de compagnie. Elle développe des travaux de consultance, de formation, de conseil, d'évaluation d'entreprise, de gestion des RH, de gestion économique-financière et de nouvelle constitution d'entreprises
- ♦ 2000-Présent: Travailler avec un consultant spécialisé dans la gestion commerciale des centres vétérinaires

09

Impact sur votre carrière

TECH est conscient de l'effort économique, personnel et professionnel que les étudiants doivent fournir pour obtenir leur diplôme, c'est pourquoi nous nous engageons pleinement à leur garantir un avenir professionnel beaucoup plus brillant. Grâce à ce Certificat Avancé, l'étudiant aura une vision commerciale et publicitaire beaucoup plus large du monde du marketing dans les centres vétérinaires.



“

*Inscrivez-vous dès maintenant à cet
Certificat Avancé et réalisez les objectifs de
carrière que vous avez toujours eus en tête”*

Êtes-vous prêt à faire le grand saut ? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Ce programme spécialise ses étudiants pour qu'ils fassent ressortir le meilleur d'eux-mêmes et offrent une vision innovante de l'avenir dans le domaine du marketing vétérinaire, en atteignant de nouveaux sommets professionnels et en franchissant des étapes d'emploi qui seraient autrement très difficiles à atteindre.

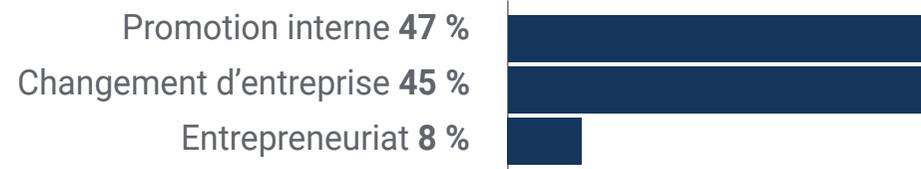
Grâce à ce programme, vous recevrez un grand nombre d'offres d'emploi avec lesquelles vous pourrez commencer votre évolution professionnelle.

Ajoutez un cours hautement spécialisé à votre CV et accédez à de nouveaux domaines de travail et de développement professionnel.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de 25% pour nos stagiaires



10

Bénéfices pour votre entreprise

Les entreprises sont également les principales bénéficiaires de ce programme, car les diplômés peuvent améliorer sensiblement les résultats des campagnes publicitaires et des actions de marketing des centres vétérinaires. Grâce à un ensemble de compétences et de connaissances distinctives, les bénéfices économiques ne tarderont pas à arriver grâce à l'élargissement de la clientèle et à une meilleure acquisition des clients.



“

Cette expérience éducative vous fournira les outils nécessaires pour devenir une référence en matière de marketing vétérinaire"

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise

03

Former des agents du changement

Le professionnel sera capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi l'organisation à surmonter les obstacles

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale

05

Développement de projets propres

Le professionnel pourra travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du développement commercial de votre entreprise

06

Augmentation de la compétitivité

Ce programme à vos directement d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire ainsi progresser l'organisation



11 Diplôme

Le Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Certificat Avancé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Marketing dans les Centres Vétérinaires**

N.º d'Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Certificat Avancé Marketing dans les Centres Vétérinaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Marketing dans les Centres Vétérinaires