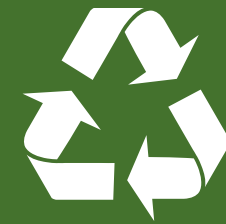


Curso Universitario

Marketing en Centros Veterinarios

PESTEL ANALYSIS



E

- Environmental restrictions
- Climate change

tech universidad
tecnológica

- Regional laws

- Court

- Government stability



Curso Universitario Marketing en Centros Veterinarios

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 12 ECTS
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/curso-universitario/marketing-centros-veterinarios

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 20

06

Metodología

pág. 26

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 34

08

Dirección del curso

pág. 38

09

Impacto para tu carrera

pág. 44

10

Beneficios para tu empresa

pág. 48

11

Titulación

pág. 52

01 Bienvenida

Un desarrollo de marketing de calidad es el camino imprescindible que un Centro Veterinario necesita para llegar al nuevo tipo de público actual y ganar y mantener su cuota de mercado. En esta asignatura te ofrecemos una compilación completa en un programa intensivo que te capacitará para trabajar en este sector con competencias de alto nivel.



Curso Universitario en Marketing en Centros Veterinarios.
TECH Universidad Tecnológica



“

Actualízate en Marketing en Centros Veterinarios, con este completo recorrido por los nuevos métodos de trabajo reunidos en un solo Curso Universitario intensivo de alto nivel educativo”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los "case studies" de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

Adquiere todas las herramientas personales para dominar los procesos del marketing aplicado a centros veterinarios. Todo ello a través de una capacitación de alta calidad que te permitirá aprender de forma realista con un objetivo de aplicación inmediata de los aprendizajes.



“

Un aprendizaje intensivo y eficaz que te impulsará hasta un nuevo nivel en tu profesión”

Tus objetivos son los nuestros.

Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El Curso Universitario en Marketing en Centros Veterinarios capacitará al alumno para:

01

Definir las tipologías de clientes de un centro veterinario, y los estilos comunicativos que mejor se adaptan a las mismas

04

Analizar las situaciones de distorsión de las emociones y quejas para afrontarlas con eficacia

02

Desarrollar las habilidades comunicativas necesarias en un centro veterinario

03

Demostrar y desarrollar la empatía en una consulta veterinaria

05

Gestionar y evaluar la calidad de la atención al cliente en un centro veterinario



06

Establecer y desarrollar carteras de clientes con el empleo de herramientas prácticas

08

Analizar y elaborar la visita perfecta del usuario de centro veterinario



09

Analizar la evolución del marketing y su significado en el marketing experiencial actual

07

Diseñar y desarrollar modelos de Experiencia del Cliente (CX) que permitan alcanzar la mejor Experiencia de Usuario (UX) posible

10

Reflexionar sobre la necesidad y obligatoriedad de fidelizar a los buenos clientes

11

Examinar la diferencia en la venta de servicios y productos

14

Desarrollar una metodología práctica en la atención telefónica

12

Determinar el precio de un servicio veterinario



13

Proponer una metodología para dar precios de los servicios veterinarios

15

Capacitar para cobrar siempre todo lo que se hace y factura

16

Identificar los medios publicitarios más adecuados a cada acción

18

Determinar las bases prácticas para incrementar las ventas a través de la venta cruzada



19

Mostrar diferentes herramientas en la fidelización de clientes

17

Establecer una metodología para gestionar las quejas y reclamaciones

20

Convencer de que el marketing digital debe de tener el mismo peso que el analógico

05

Estructura y contenido

El Curso Universitario en Marketing en Centros Veterinarios llevará al estudiante a la adquisición de conocimientos y habilidades y al aprendizaje práctico de los mismos, en un entorno de trabajo estimulante y eficaz.



“

Convierte los conocimientos en habilidades reales y empieza a intervenir como un experto en Marketing en Centros Veterinarios”

Plan de estudios

Esta capacitación ha sido creada para permitir al alumnado adquirir los conocimientos necesarios en esta materia, de una manera intensiva y eficiente. Una ocasión para mejorar tu capacitación, con la comodidad del método online más eficaz del mercado docente. TECH te brinda la oportunidad de incorporar los conocimientos de esta área a tu capacitación académica. Pero, además, con este Curso Universitario, accederás a una forma de trabajo diseñada para ser totalmente compatible con tu vida profesional o personal. Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionarte con los mejores a través de un interesante universo online y pertenecer a la nueva generación de profesionales, capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo, éste puede ser tu camino. A lo largo esta capacitación, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales.

El contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos. Este programa sido creado para permitir al alumnado adquirir los conocimientos necesarios en esta materia, de una manera intensiva y eficiente. Una ocasión para mejorar tu capacitación, con la comodidad del método online más eficaz del mercado docente. TECH te brinda la oportunidad de incorporar los conocimientos de esta área a tu capacitación académica. Pero, además, con este Curso Universitario, accederás a una forma de trabajo diseñada para ser totalmente compatible con tu vida profesional o personal. Si quieres superarte a ti mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionarte con los mejores a través de un interesante universo online y pertenecer a la nueva generación de profesionales, capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo, éste puede ser tu camino. Este Programa se desarrolla a lo largo de 12 semanas y se imparte totalmente online.

Módulo 1

El cliente/usuario de los centros veterinarios

Módulo 2

Marketing aplicado en los centros veterinarios



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

El estudiante podrá realizarlo totalmente online, desde donde quiera, cuándo lo desee y de forma conectada, asistiendo a nuestros talleres y conferencias virtuales.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. El cliente/usuario de los centros veterinarios

1.1. La atención al cliente en centros veterinarios

- 1.1.1. La excelencia en la atención al cliente
- 1.1.2. La gestión de la atención al cliente
- 1.1.3. El cumplimiento en centros veterinarios como herramienta de fidelización

1.2. La comunicación presencial en centros veterinarios

- 1.2.1. Ventajas prácticas de la comunicación con los clientes
- 1.2.2. Paradigma actual
- 1.2.3. Necesidades de los clientes
- 1.2.4. Gestión de la calidad de la atención al cliente
 - 1.2.4.1. Canales de comunicación con los clientes
 - 1.2.4.2. Sistemas informáticos/bases de datos (CRM)
 - 1.2.4.3. Encuestas de evaluación de la calidad

1.3. Habilidades de comunicación esenciales para profesionales de centros veterinarios

- 1.3.1. La pregunta en la comunicación profesional
- 1.3.2. La escucha en la comunicación profesional
- 1.3.3. La comunicación no verbal
- 1.3.4. La comunicación verbal
- 1.3.5. Proxemia en los centros veterinarios

1.4. La empatía como habilidad fundamental en el siglo XXI en la relación con los clientes de los centros veterinarios

- 1.4.1. Definición y descripción
- 1.4.2. Expresiones de empatía
- 1.4.3. Herramientas para trabajar la empatía con clientes de centros veterinarios

1.5. Metodología para afrontar con éxito las situaciones difíciles con clientes de un centro veterinario

- 1.5.1. Los cuatro hábitos esenciales de los clínicos altamente efectivos
- 1.5.2. Características del conflicto entre profesionales y sus clientes
- 1.5.3. Metodología para afrontar las situaciones difíciles con los clientes de centros veterinarios
 - 1.5.3.1. Identificar el problema
 - 1.5.3.2. Descubrir el significado
 - 1.5.3.3. Aprovechar las oportunidades
 - 1.5.3.4. Establecer los límites de la relación
 - 1.5.3.5. Extender la ayuda para resolver el problema
- 1.5.4. Herramienta para la mejora de las habilidades comunicativas profesionales

1.6. La comunicación dentro de la consulta veterinaria

- 1.6.1. Introducción
- 1.6.2. El modelo Calgary-Cambridge aplicado a la consulta veterinaria
 - 1.6.2.1. Fase de preparación
 - 1.6.2.2. Inicio de la consulta
 - 1.6.2.3. Recogida de información
 - 1.6.2.4. Resultados y planificación
 - 1.6.2.5. Proporcionar la información adecuada
 - 1.6.2.6. Comprensión mutua
 - 1.6.2.7. Finalización de la consulta
- 1.6.3. La comunicación de malas noticias a los clientes de centros veterinarios

1.7. Estrategias para la relación con los clientes de un centro veterinario

- 1.7.1. Marketing relacional
- 1.7.2. Expectativas clave de los clientes y usuarios de centros veterinarios
- 1.7.3. Gestión de la relación con los clientes a largo plazo
 - 1.7.3.1. Modelo MSMC (Mejor Servicio para los Mejores Clientes)
 - 1.7.3.2. El nuevo paradigma de los CRM

1.8. Segmentación y carterización de clientes en un centro veterinario

- 1.8.1. Segmentos y carteras de clientes
 - 1.8.1.1. Proceso de carterización en centros veterinarios
- 1.8.2. Ventajas estratégicas de la carterización
- 1.8.3. Los Clientes Más Valiosos (CMV)

1.9. Experiencia del cliente (CX) y experiencia del usuario (UX) en centros veterinarios

- 1.9.1. El momento de la verdad
- 1.9.2. Elementos que componen Experiencia del Cliente
- 1.9.3. La Experiencia de Usuario

1.10. Aplicación práctica de la experiencia de cliente y usuario en centros veterinarios

- 1.10.1. Fases
 - 1.10.1.1. Estudio y análisis de las experiencias de los usuarios
 - 1.10.1.2. Definición de la plataforma experiencial
 - 1.10.1.3. Diseño y planificación de las experiencias
 - 1.10.1.4. Estructuración del contacto o encuentro con los clientes
 - 1.10.1.5. Metodología práctica

Módulo 2. Marketing aplicado en los centros veterinarios**2.1. Marketing en centros veterinarios**

- 2.1.1. Definiciones
- 2.1.2. Necesidades-Motivos de compra
- 2.1.3. Oferta y Demanda
- 2.1.4. Evolución del Marketing
- 2.1.5. Las empresas actuales
- 2.1.6. El cliente actual
- 2.1.7. La fidelización: Marketing del siglo XXI

2.2. ¿Qué se vende en los centros veterinarios?

- 2.2.1. Productos
- 2.2.2. Servicios
- 2.2.3. Diferencias entre productos y servicios
- 2.2.4. Las 4P de los productos
- 2.2.5. Las 7P de los servicios

2.3. Los servicios-productos en centros veterinarios

- 2.3.1. Cartera de servicios
- 2.3.2. Cartera de productos
- 2.3.3. ¿Cómo vender productos?
- 2.3.4. ¿Cómo vender servicios?
- 2.3.5. Diferenciación – Valor añadido
- 2.3.6. Técnica del CABE
- 2.3.7. Neuromarketing y su aplicación a las ventas

2.4. El precio de servicios y productos en centros veterinarios

- 2.4.1. La importancia del precio en una empresa
- 2.4.2. La relatividad del precio en servicios
- 2.4.3. ¿Cómo fijar precios de un servicio?
- 2.4.4. ¿Cómo fijar precios de un producto?
- 2.4.5. Listado de precios
- 2.4.6. ¿Cómo dar precios de un servicio a clientes?
- 2.4.7. ¿Cómo rebatir los comentarios de precios altos?
- 2.4.8. Curva de elasticidad de demanda-precios
- 2.4.9. Modelos de negocio de precios en centros veterinarios
- 2.4.10. ¿Cómo cobrar todo y qué hacer en caso contrario?

2.5. Comunicación con el cliente en centros veterinarios

- 2.5.1. Comunicación con el cliente interno: empleados
- 2.5.2. Necesidad: coordinación del mensaje
- 2.5.3. La multicanalidad y la omnicanalidad
- 2.5.4. En la sala de espera
- 2.5.5. Atención telefónica
- 2.5.6. En la consulta
- 2.5.7. Recordatorios
- 2.5.8. Campañas preventivas de salud
- 2.5.9. Dr. Google Vet. y su manejo por el veterinario
- 2.5.10. Motivos por los que un cliente cambia de veterinario
- 2.5.11. Las encuestas de satisfacción
- 2.5.12. Las reclamaciones en un centro veterinario

2.6. Publicidad en centros veterinarios

- 2.6.1. ¿A qué tipo de clientes quiero llegar?
- 2.6.2. Sala de espera
- 2.6.3. Elementos promocionales
- 2.6.4. Medios escritos
- 2.6.5. Medios digitales
- 2.6.6. Otros

2.7. La venta cruzada en centros veterinarios

- 2.7.1. ¿Qué es y para qué sirve?
- 2.7.2. Tipos de venta cruzada
- 2.7.3. ¿Cómo llevarla a cabo?
- 2.7.4. Servicio + Servicio
- 2.7.5. Servicio + Producto
- 2.7.6. Producto + Producto
- 2.7.7. Trabajo en equipo

2.8. Merchandising

- 2.8.1. Definiciones
- 2.8.2. Los Pilares
- 2.8.3. Objetivos
- 2.8.4. El proceso de decisión de compra y tipos de compra
- 2.8.5. El Exterior
 - 2.8.5.1. Fachada
 - 2.8.5.2. Identidad
 - 2.8.5.3. Puerta
 - 2.8.5.4. Escaparate
- 2.8.6. El Interior
 - 2.8.6.1. Surtido
 - 2.8.6.2. Disposición del espacio
- 2.8.7. Gestión de existencias
- 2.8.8. Animación en el punto de venta
 - 2.8.8.1. Externa
 - 2.8.8.2. Interna
 - 2.8.8.3. PLV
 - 2.8.8.4. Promociones

2.9. Marketing digital en centros veterinarios

- 2.9.1. Generalidades
- 2.9.2. Efecto ROPO
- 2.9.3. *Blending* Marketing: offline y online
- 2.9.4. Página web de un centro veterinario

2.9.5. Redes Sociales aplicadas a los centros veterinarios

- 2.9.5.1. Facebook
- 2.9.5.2. Twitter
- 2.9.5.3. Instagram
- 2.9.5.4. Canal YouTube
- 2.9.6. *Email* Marketing
- 2.9.7. Herramientas mensajería instantánea

2.10. Herramientas de fidelización para clientes de centros veterinarios

- 2.10.1. No todos los clientes tienen el mismo valor
- 2.10.2. Planes de salud
- 2.10.3. Campañas preventivas de salud
- 2.10.4. Seguros veterinarios
- 2.10.5. Sistemas acumulación puntos
- 2.10.6. Cupones descuento
- 2.10.7. Otros

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning.***

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH Business School empleamos el Método del Caso de Harvard

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de la Escuela de Negocios de TECH Universidad Tecnológica te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, TECH utiliza los case studies de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

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

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

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

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento. Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

Perfil de nuestros alumnos

Un programa dirigido a profesionales de la dirección y la gestión de centros veterinarios o personas interesadas en trabajar en la gestión de recursos humanos en los mismos.





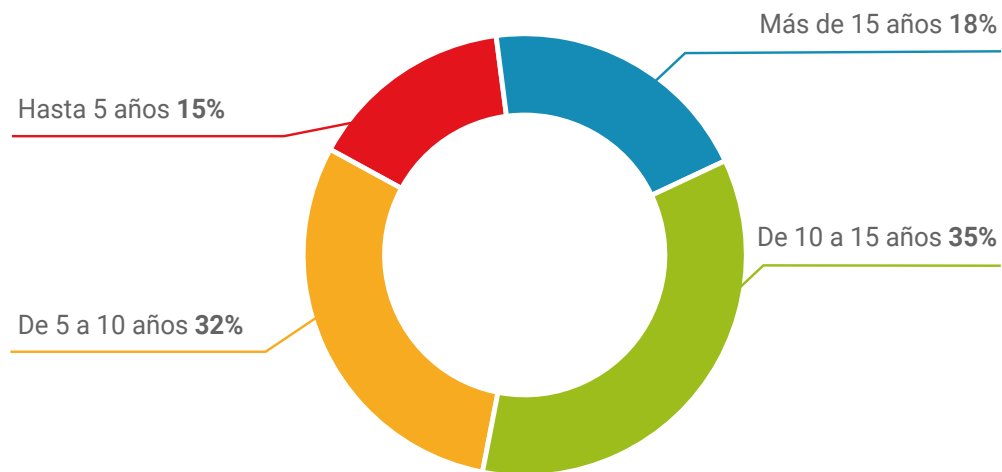
“

Adquiere la capacidad profesional de un experto en Marketing en Centros Veterinarios con este Curso Universitario diseñado específicamente para ti”

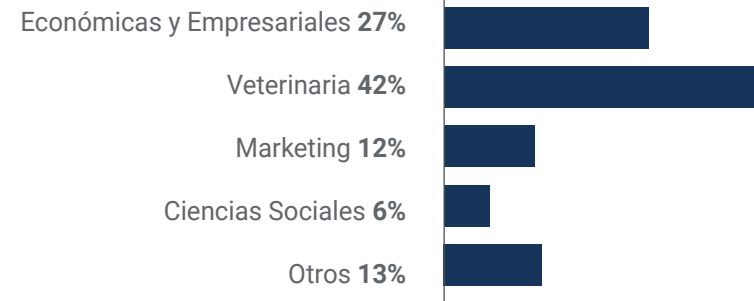
Edad media

Entre **35** y **45** años

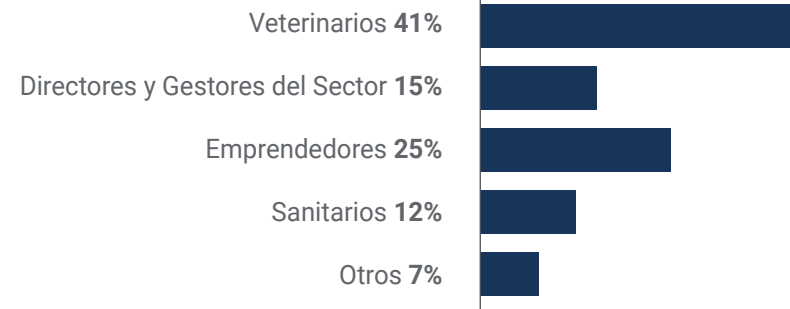
Años de experiencia



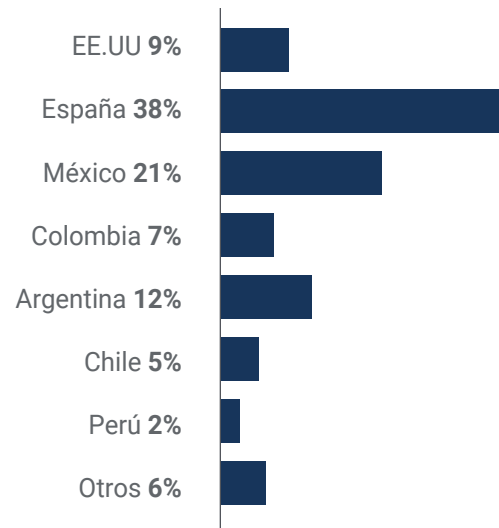
Formación



Perfil Académico



Distribución Geográfica



Vicente García

Director-gerente de Centro Veterinario

“La verdad es que el Curso Universitario me ha permitido ponerme al día de forma sencilla y rápida y aplicarlo sobre la marcha en mi trabajo. Ha sido una buena experiencia. Gracias”

08

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en gestión y dirección de centros veterinarios, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el Curso Universitario de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.



“

Contamos con el mejor equipo docente para ponerte al día en las prácticas más importantes para la dirección y gestión de centros veterinarios”

Dirección



D. Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ Director de la consultora VetsPower.com, empresa de consultoría empresarial con dedicación exclusiva a los centros veterinarios sanitarios para animales de compañía
- ♦ Licenciado en Veterinaria por la Universidad Complutense de Madrid en 1990
- ♦ Vicepresidente de la patronal provincial del sector veterinario de Alicante AEVA, y tesorero de la Confederación de Patronales del Sector Veterinario de España (CEVE)
- ♦ Co-fundador del Grupo de Trabajo de Gestión y Administración de AVEPA, (GGA) del que ha sido su presidente entre 2011 y 2013
- ♦ Experiencia empresarial propia. Fundador y propietario del Centro Veterinario Amic de Alicante desde 1991 hasta 2018, traspasado para dedicarse en exclusiva a la gestión empresarial dentro del sector de centros sanitarios veterinarios para animales de compañía
- ♦ Autor de los libros sobre gestión empresarial en centros veterinarios “¿Quién se ha llevado mi centro veterinario?” (2009) y “¿Ya encontré mi centro veterinario!” (2013)
- ♦ Coautor en dos libros y autor de capítulos específicos en otras publicaciones destinadas a la formación de Auxiliares de Clínica Veterinaria (ACV)
- ♦ Ponente en diversos cursos y talleres sobre gestión empresarial de centros veterinarios, tanto en modalidad presencial como a distancia (online), tanto en España como en el extranjero
- ♦ Desde 1999 ha impartido múltiples conferencias, cursos y webinarios destinados al personal auxiliar de los centros veterinarios

Profesores

D. Villaluenga, José Luis

- Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad Complutense de Madrid (1979)
- Máster Universitario en Marketing Digital, EAE y Universidad de Barcelona (2016)
- Máster Universitario en Dirección y Gestión de RRHH, EAE y Universidad de Barcelona (2018)
- Profesor Asociado desde 2012 en la Facultad de Veterinaria de la Universidad Alfonso X El Sabio, Madrid (España) en el Grado de Veterinaria, en las asignaturas de Genética Veterinaria 1º Curso y Etnología 2º (Módulo: Gestión y Marketing en el ámbito veterinario)
- Profesor del área de "Atención al Cliente", desde 2017, en FORVET, Centro de Formación Veterinaria de Auxiliares Técnicos Veterinarios, en Madrid (España)
- Profesor del Máster en Medicina Deportiva Equina de la Universidad de Córdoba (España), desde 2019. Módulo: Marketing y gestión de la empresa veterinaria equina
- Profesor del título propio de Experto en Fisioterapia y Rehabilitación de Pequeños Animales: Perros y Gatos, área: Gestión empresarial de un centro de rehabilitación de pequeños animales, desde 2017, en la Universidad Complutense de Madrid (España)
- 2016 – Actualidad: Creación como uno de los 2 socios fundadores de la empresa Rentabilidad Veterinaria, SL. Esta empresa se dedica a la gestión empresarial de centros veterinarios de animales de compañía. Desarrolla trabajos de consultoría, formación, asesoría, valoración de empresas, gestión de RRHH, gestión económico-financiera y nueva constitución de empresas
- 2000 – Actualidad: Trabajo con consultor especializado en gestión empresarial de centros veterinarios

D. Martín González, Abel

- Licenciado en Veterinaria por la Universidad Complutense de Madrid, 1989
- Estudios de doctorado, sin presentar la tesis
- Profesor colaborador con la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha en cursos de Gestión de Explotaciones Ganaderas
- Conferencias sobre Ecografía y Control Reproductivo organizados por AESLA (Asociación de Criadores de Raza Lacaunne) por diferentes localidades de España
- Ponente en el Ciclo de Conferencias sobre Enfermedades del Toro de Lidia organizadas por el Colegio de Veterinarios de Madrid
- Conferencias sobre Gestión de Centros Veterinarios organizados por el Grupo de Gestión AVEPA
- Ponente en varios Congresos Nacionales organizados por AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- Experto INCUAL en la redacción de la cualificación profesional de Asistencia y ayuda sanitaria a la gestión de animales de Grana
- Veterinario en ejercicio clínico libre de Explotaciones Ganaderas, como director técnico de las mismas, de bovino, ovino, equino y porcino
- Director técnico de ADSG en Castilla La Mancha (España): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- Director Técnico de la Marca de Calidad de Carne de la Sierra de San Vicente
- Director del Centro Veterinario Talavera y Clínica Veterinaria Veco en Talavera de la Reina
- Director del Hospital Clínico Veterinario de Talavera
- Miembro fundador de CEVE (Confederación Empresarial Veterinaria Española), donde actualmente es vicepresidente. Miembro de la Comisión de Sanidad y Comisión Digital de CEVE
- Miembro fundador de CEVE-CLM (Confederación Empresarial Veterinaria de Castilla La Mancha, de la que actualmente es presidente

Dña. Saleno, Delia

- ♦ Estudios de doctorado (2000-2003) sin presentar la tesis
- ♦ Licenciada en Veterinaria por la Universidad de Ciencias Agrícolas y Medicina Veterinaria de Cluj-Napoca (Rumanía)
- ♦ Diploma de Estudios Avanzados en Clínica de Pequeños Animales (2000)
- ♦ Suficiencia investigadora en Citogenética por la Universidad de Córdoba (2005) con estudio sobre la Infertilidad en Equinos
- ♦ Curso para emprendedores (500h), por EOI en 2007 en Palma de Mallorca (España)
- ♦ Curso de habilitación como evaluador en procedimientos de acreditación de competencias profesionales por experiencia laboral en familia profesional Agraria
- ♦ Investigadora predoctoral en el Departamento de Reproducción Animal de la Facultad de Medicina Veterinaria de Cluj-Napoca (Rumanía)
- ♦ Investigadora predoctoral en el Departamento de Genética de la Universidad de Córdoba
- ♦ Desarrolla actividad clínica en medicina de perro y gato desde hace más de 20 año, inicialmente en el Hospital Veterinario Universitario de Cluj-Napoca y posteriormente en varias clínicas y hospitales en España
- ♦ En 2008 comienza su actividad empresarial con una clínica veterinaria en Palma de Mallorca: Clínica Veterinaria Son Dureta
- ♦ Es miembro fundador de Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) y de la Confederación Empresarial Veterinaria Española (CEVE). Ostenta la presidencia de EMVETIB desde noviembre de 2012 y la presidencia de CEVE desde marzo de 2017
- ♦ Desde septiembre de 2018 es miembro de la Junta Directiva de CEOE
- ♦ Representante del sector veterinario en distintos foros económicos nacionales e internacionales y en los observatorios sectoriales y grupos de trabajo del Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Ministerio de Agricultura





D. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ Ingeniero Superior en Telecomunicaciones
- ♦ Licenciado en Náutica y transporte Marítimo
- ♦ Capitán de Marina Mercante
- ♦ Instructor de Buceo Profesional
- ♦ Secretario de la Confederación Empresarial Veterinaria Española CEVE
- ♦ Responsable del departamento de Laboral, Organización y Formación de CEVE
- ♦ Secretario de Empresaris Veterinaris de les Illes Balears EMVETIB
- ♦ Presidente de la Comisión de Servicios de la Confederació d'Associacions Empresarial de Balears CAEB
- ♦ Miembro del Comité Ejecutivo de CAEB
- ♦ Presidente de la Comisión Negociadora nacional del Convenio Colectivo de Centros y Servicios Sanitarios Veterinarios
- ♦ Gerente en la clínica veterinaria Veterinari Son Dureta SLP

D. Vilches Sáez, José

- ♦ Responsable proyecto - CursoACV.com
- ♦ Responsable plataforma de formación – Cursoveterinaria.es
- ♦ Responsable proyecto – Duna Formación
- ♦ Responsable comercial – Gesvilsa
- ♦ Gerente en Formación Professional Duna, SL
- ♦ Community Manager
- ♦ Gestión de secretaría – AGESVET
- ♦ Responsable comercial España – ProvetCloud
- ♦ Responsable técnico comercial – Guerrero Covas

09

Impacto para tu carrera

Somos conscientes de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal.

El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y hacerlo con eficiencia contrastada.



“

Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional, ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo”

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

Con esta capacitación podrás avanzar de manera drástica en tu profesión, aunque no cabe duda de que, para ello, tendrás que realizar una inversión en diferentes ámbitos, como el económico, profesional y personal. Sin embargo, el objetivo es mejorar en tu vida profesional y, para ello, es necesario luchar.

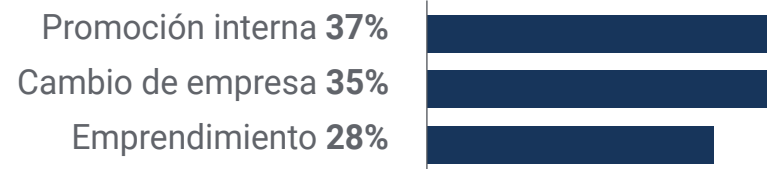
Gracias a este programa educativo recibirás un elevado número de ofertas laborales con las que podrás iniciar tu crecimiento profesional.

Incluye en tu CV un Curso Universitario de alta especialización y ponte en marcha hacia nuevas áreas de trabajo y desarrollo profesional.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**



10

Beneficios para tu empresa

El Curso Universitario en Marketing en Centros Veterinarios contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este Curso Universitario supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

En la era digital el directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios imprescindibles en la organización”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la organización entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.

05

Desarrollo de proyectos propios

El directivo puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos.

06

Aumento de la competitividad

Este Curso Universitario dotará a sus directivos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.



11

Titulación

El Curso Universitario en Marketing en Centros Veterinarios garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Curso Universitario en Marketing en Centros Veterinarios** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Curso Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Curso Universitario y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Curso Universitario en Marketing en Centros Veterinarios**

ECTS: **12**

N.º Horas Oficiales: **300 h.**



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



Curso Universitario Marketing en Centros Veterinarios

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **12 ECTS**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Curso Universitario

Marketing en Centros Veterinarios

