

Master Privato

MBA in Direzione
di Cliniche Dentali





tech università
tecnologica

Master Privato

MBA in Direzione di Cliniche Dentali

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/odontoiatria/master/master-mba-direzione-cliniche-dentali

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 14

04

Direzione del corso

pag. 18

05

Struttura e contenuti

pag. 42

06

Metodologia

pag. 52

07

Titolo

pag. 60

01

Presentazione

Il crescente numero di odontoiatri specializzati, insieme all'aumento delle cliniche dentali nate negli ultimi anni, hanno fatto sì che il settore clinico-dentale sia uno dei mercati più competitivi attualmente. Per questo motivo, è essenziale che il dentista adotti anche il ruolo di gestore e direttore del suo studio dentistico, e che apprenda le conoscenze di gestione aziendale e del personale, in grado di garantire la continuità della sua attività.



“

Migliora le tue conoscenze sulla Direzione di Cliniche Dentali grazie a questo programma, che ti offre il miglior materiale didattico e casi clinici reali. Scopri gli ultimi progressi riguardanti la direzione e la gestione di cliniche per poi poter dirigere studi odontoiatrici di qualità"

La Direzione di Cliniche Dentali ha suscitato un crescente interesse negli ultimi anni, soprattutto, in quei professionisti che si sono resi conto dell'importanza di saper gestire correttamente tutte le risorse a disposizione nella propria clinica dentale. L'obiettivo è renderla un'impresa con un futuro, con una continuità che può essere assicurata solo applicando le appropriate leve di gestione aziendale.

All'interno di questo nuovo ambiente, l'approccio allo studio dentistico come struttura organizzativa è particolarmente forte, e tutte le aree di gestione e direzione devono essere affrontate e padroneggiate: risorse umane, marketing, qualità, gestione del tempo, pianificazione e strategia, contabilità e costi, ecc.

Grazie all'approccio applicato e strutturato dei contenuti sviluppati, il corso fa in modo che lo studente acquisisca le capacità per affrontare le sue sfide professionali da una diversa prospettiva di gestione e direzione, aggiungendo un evidente vantaggio per il successo all'interno del quadro così competitivo del settore dentale.

Il programma è stato disegnato per fornire una specializzazione online equivalente a 2.700 ore di studio, con tutte le conoscenze teoriche e pratiche presentate tramite applicazioni direttamente relazionate con le sfide affrontate oggi dal gestore di una clinica dentale.

Questo **MBA in Direzione di Cliniche Dentali** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Le sue caratteristiche principali sono:

- ♦ Sviluppo di casi pratici di Gestione e Direzione di Cliniche Dentali presentati da esperti nel settore
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici in cui il processo di autovalutazione può essere utilizzato per migliorare l'apprendimento
- ♦ Sistema di apprendimento interattivo
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su argomenti controversi e lavori di riflessione individuali
- ♦ Disponibilità dei contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile con connessione internet



Ogni azienda ha bisogno di decidere dove e con chi compete, quali risorse ha a disposizione e cosa desidera ottenere con queste”

“

Questo programma può essere il miglior investimento che puoi fare nella selezione di un programma di aggiornamento per due motivi: oltre a rinnovare le tue conoscenze in Direzione di Cliniche Dentali, otterrai un titolo di TECH Università Tecnologica"

Scopri le ultime tendenze in Direzione di Cliniche Dentali.

Sviluppa le tue capacità di gestione attraverso questo programma e migliora le tue competenze professionali.

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore e altre aree correlate, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.



02

Obiettivi

Il programma in Direzione di Cliniche Dentali è orientato a favorire la tua crescita personale e professionale.





“

L'obiettivo principale di questo programma è favorire la tua crescita personale e professionale aiutandoti a raggiungere il successo in qualità di direttore di cliniche dentali”



Obiettivi generali

- ♦ Utilizzare strumenti teorici, metodologici e analitici per gestire e dirigere in modo ottimale la propria attività clinico-dentale, differenziandosi efficacemente in un ambiente altamente competitivo
- ♦ Incorporare capacità di strategia e visione per facilitare l'identificazione di nuove opportunità di mercato
- ♦ Favorire l'acquisizione di competenze personali e professionali che incoraggino gli studenti a intraprendere i propri progetti imprenditoriali con maggiore fiducia e determinazione, sia per avviare una propria attività clinico-dentale, sia per innovare il modello di gestione e direzione di un'attività clinico-dentale già esistente
- ♦ Professionalizzare il settore clinico-dentale attraverso l'apprendimento continuo e specifico nel campo della gestione e dell'amministrazione aziendale



Aggiorna le tue conoscenze attraverso il programma in Direzione di Cliniche Dentali"



Obiettivi specifici

Modulo 1. Pilastri della gestione di cliniche dentali

- ♦ Descrivere la situazione attuale e le tendenze future dei modelli di gestione e direzione di un'azienda clinico-dentale, sia a livello nazionale che internazionale, al fine di poter definire obiettivi e strategie differenziali e di successo
- ♦ Acquisire familiarità con la terminologia e i concetti specifici del campo della gestione e direzione aziendale per la loro effettiva applicazione nelle imprese clinico-dentali
- ♦ Scoprire e analizzare i punti chiave dei modelli di impresa di successo delle principali cliniche dentali al fine di aumentare la motivazione, l'ispirazione e la mentalità strategica dei futuri dirigenti

Modulo 2. Progetta la tua clinica dentale

- ♦ Imparare a identificare e descrivere efficacemente la proposta di valore del negozio dello studio dentistico come base solida per stabilire una successiva strategia di marketing e vendita
- ♦ Imparare il metodo di validazione più utilizzato per la creazione e l'innovazione dei modelli di business in tutti i settori aziendali, con un'applicazione pratica e specifica nel settore clinico-odontoiatrico

Modulo 3. Introduzione al marketing

- ♦ Descrivere il linguaggio, i concetti, gli strumenti e la logica del marketing come attività aziendale chiave per la crescita e il posizionamento del negozio clinico-dentale

Modulo 4. Marketing 2.0

- ♦ Approfondire gli strumenti di comunicazione digitale essenziali in questa era 2.0, al fine di ottenere la proposta di valore della clinica dentale ai pazienti attraverso i canali più adeguati
- ♦ Progettare campagne di marketing e comunicazione mirate, essendo in grado di misurare il loro impatto attraverso metriche facili da interpretare

Modulo 5. Il valore del capitale umano

- ♦ Acquisire capacità di gestione basate sulla leadership che facilitino una comunicazione efficace con il gruppo, favorendo la creazione di un ambiente di lavoro sano, focalizzato su obiettivi comuni e sul raggiungimento dei risultati
- ♦ Imparare i concetti fondamentali della gestione delle risorse umane per dirigere i processi di assunzione e proteggere il talento della squadra clinico-dentale
- ♦ Imparare ad assegnare i compiti secondo la definizione del ruolo, favorendo così un ambiente di lavoro sano, equilibrato e produttivo

Modulo 6. Team Management

- ♦ Sviluppare un metodo efficace per la gestione del team, il processo decisionale e la risoluzione dei conflitti sulla base del modello di intelligenza emotiva e delle tecniche di coaching organizzativo
- ♦ Riflettere sulle caratteristiche del dirigente nelle organizzazioni e migliorare le competenze manageriali per una direzione di successo applicando le più recenti tecniche di coaching e di intelligenza emotiva

Modulo 7. Qualità e gestione del tempo nella clinica dentale

- ♦ Disegnare procedure di lavoro focalizzate in un modello di produttività e qualità della clinica dentale, basate nella filosofia di un continuo miglioramento
- ♦ Utilizzare strumenti digitali che facilitano la pianificazione e la gestione efficace dei compiti della clinica dentale, supponendo un significativo risparmio dei costi a breve termine

Modulo 8. Gestione degli acquisti e del magazzino

- ♦ Applicare strumenti e procedure di lavoro essenziali per una gestione ottimale degli acquisti e delle scorte per evitare un flusso improduttivo di spese
- ♦ Sviluppare capacità di negoziazione con cui trattare con fornitori, clienti e gestione della squadra con un focus su risultati win-win

Modulo 9. Costi e finanziamenti applicati alle cliniche dentali

- ♦ Padroneggiare i principali strumenti finanziari per facilitare un processo decisionale chiave basato sugli obiettivi
- ♦ Acquisire importanti conoscenze sull'analisi dei costi per comprendere come è la situazione attuale della tua azienda in termini di redditività ed essere in grado di definire scenari futuri

Modulo 10. Deontologia dentale

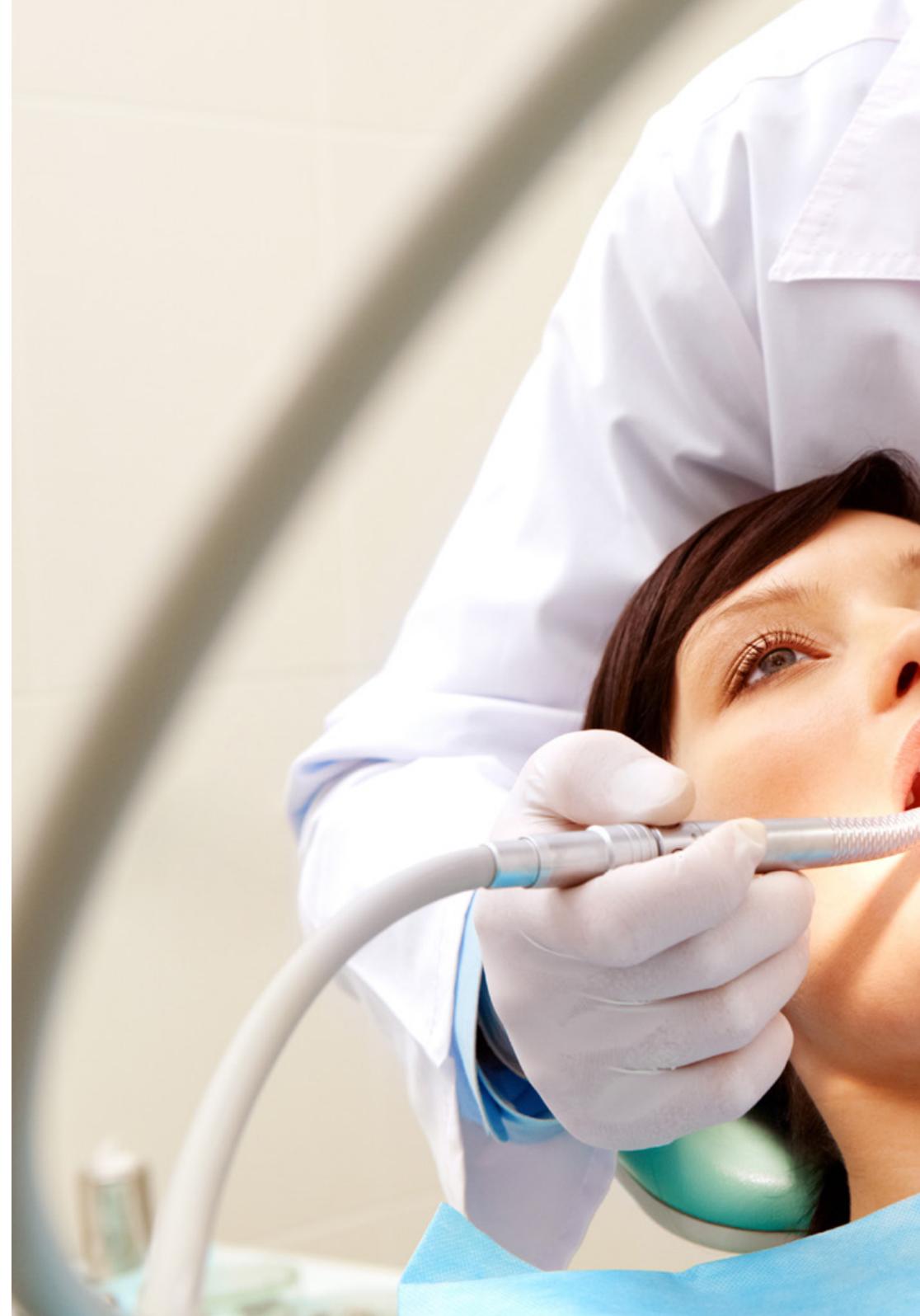
- ◆ Spiegare i principali doveri e obblighi morali legati allo sviluppo del professionista odontoiatrico nell'ambiente aziendale, con particolare attenzione al trattamento del paziente

Modulo 11. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale delle Imprese

- ◆ Analizzare l'impatto della globalizzazione sulla governance e la governance aziendale
- ◆ Valutare l'importanza di una leadership efficace nella gestione e nel successo delle imprese
- ◆ Definire le strategie di gestione interculturale e la loro rilevanza in diversi ambienti aziendali
- ◆ Sviluppare capacità di leadership e comprendere le sfide attuali che i leader affrontano
- ◆ Determinare i principi e le pratiche dell'etica aziendale e la loro applicazione nel processo decisionale aziendale
- ◆ Strutturare strategie per l'implementazione e il miglioramento della sostenibilità e della responsabilità sociale nelle aziende

Modulo 12. Direzione del personale e gestione del talento

- ◆ Determinare il rapporto tra la direzione strategica e la gestione delle risorse umane
- ◆ Approfondire le competenze necessarie per una gestione efficace delle risorse umane in base alle competenze
- ◆ Approfondire le metodologie per la valutazione delle prestazioni e la gestione delle prestazioni
- ◆ Integrare le innovazioni nella gestione dei talenti e il loro impatto sulla fidelizzazione del personale
- ◆ Sviluppare strategie per la motivazione e lo sviluppo di team ad alte prestazioni
- ◆ Proporre soluzioni efficaci per la gestione del cambiamento e la risoluzione dei conflitti nelle organizzazioni





Modulo 13. Gestione Economico-Finanziaria

- ◆ Analizzare il contesto macroeconomico e la sua influenza sul sistema finanziario nazionale e internazionale
- ◆ Definire i sistemi di informazione e Business Intelligence per il processo decisionale finanziario
- ◆ Differenziare le decisioni finanziarie chiave e la gestione del rischio nella direzione finanziaria
- ◆ Valutare le strategie per la pianificazione finanziaria e ottenere finanziamenti aziendali

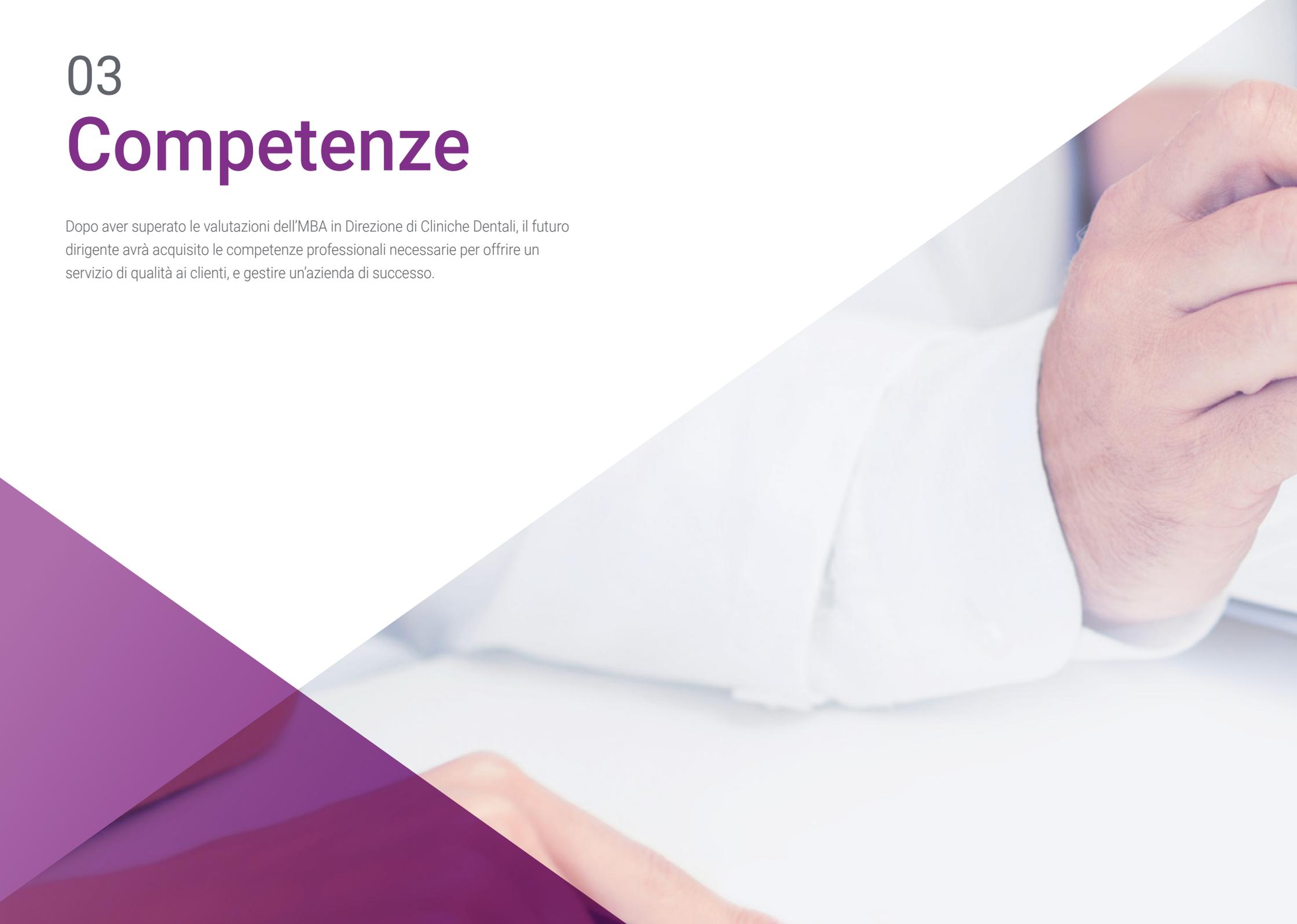
Modulo 14. Management Direttivo

- ◆ Definire il concetto di General Management e la sua rilevanza nella gestione aziendale
- ◆ Valutare i ruoli e le responsabilità del manager nella cultura organizzativa
- ◆ Analizzare l'importanza della gestione operativa e della qualità nella catena del valore
- ◆ Sviluppare capacità di comunicazione interpersonale e oratoria per la formazione dei portavoce

03

Competenze

Dopo aver superato le valutazioni dell'MBA in Direzione di Cliniche Dentali, il futuro dirigente avrà acquisito le competenze professionali necessarie per offrire un servizio di qualità ai clienti, e gestire un'azienda di successo.



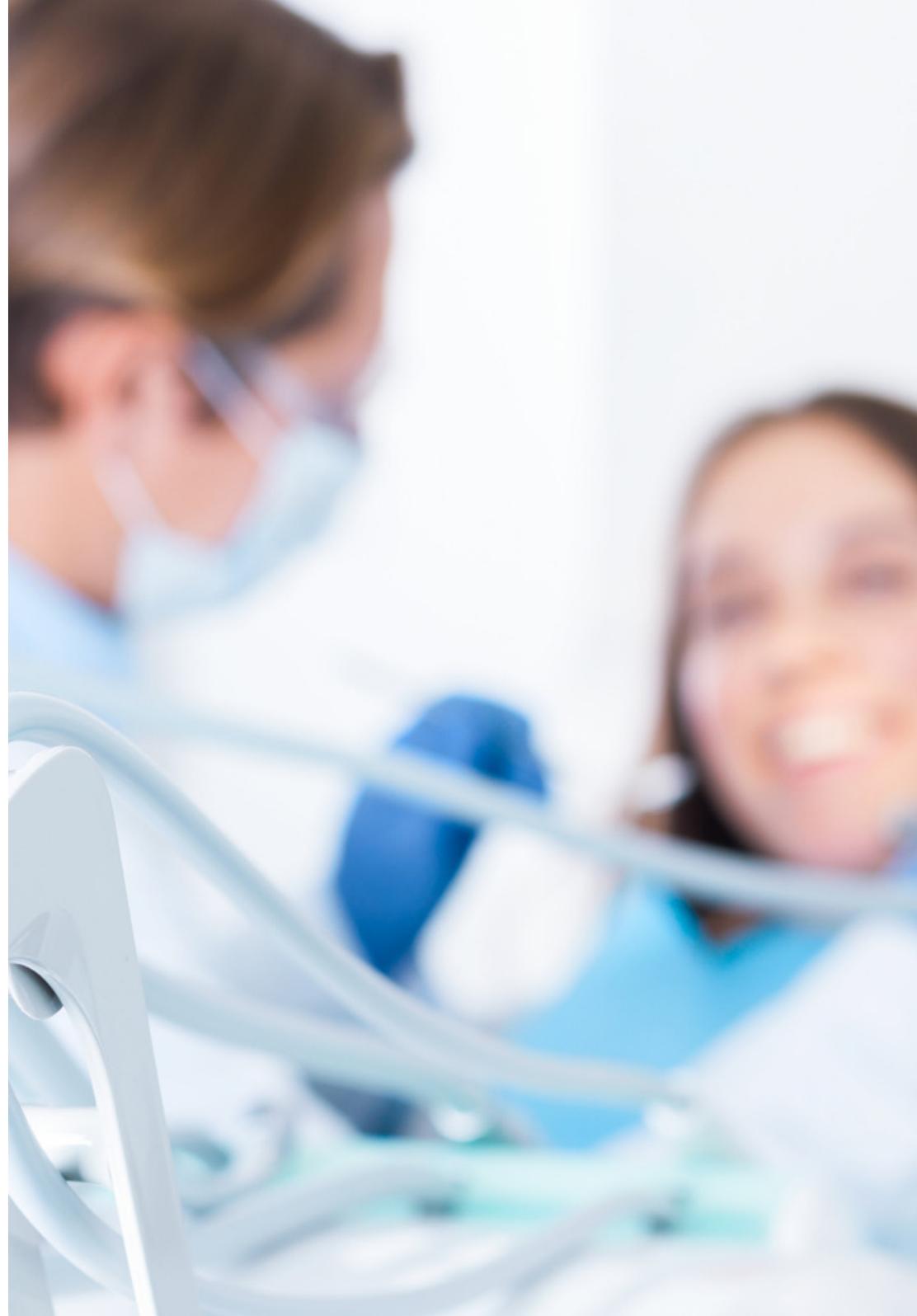
“

Ti accompagniamo nel processo di creazione e sviluppo del tuo negozio per farlo diventare un progetto solido e con aspettative di crescita”



Competenze generali

- ◆ Padroneggiare e interpretare conoscenze che offrano allo studente l'opportunità di essere originale nello sviluppo del modello di affari
- ◆ Applicare tecniche, strategie e capacità di risoluzione dei problemi in ambienti nuovi o poco conosciuti all'interno di contesti multidisciplinari correlati al settore clinico-dentale
- ◆ Eseguire analisi e sintesi, migliorando così le tue capacità decisionali nell'ambito della gestione aziendale
- ◆ Comunicare le sue conclusioni in modo chiaro e non ambiguo





Competenze specifiche

- Gerarchizzare il ruolo di ogni membro della squadra clinico-dentale
- Gestire adeguatamente le strategie esistenti per l'assunzione, la retribuzione e l'attrazione del talento di capitale umano
- Applicare efficacemente le modalità di assunzione per gestire le buste paga e raggiungere una corretta preparazione del salario dei membri della squadra clinico-dentale
- Definire protocolli di attuazione che permettano un corretto sviluppo dei ruoli all'interno della clinica dentale, incorporando strumenti di monitoraggio per il controllo e la valutazione dell'applicazione dei suddetti protocolli
- Condurre indagini sulla soddisfazione per sviluppare e implementare miglioramenti che si adattino ai bisogni dei pazienti nello studio dentistico
- Identificare i tipi di costi che sorgono in uno studio dentistico per calcolare il costo/ora dello studio e stabilire la tariffazione appropriata
- Calcolare i principali indici di fattibilità per un progetto di creazione di una clinica dentale
- Individuare e anticipare le nuove tendenze di gestione nel settore clinico-dentale
- Saper sviluppare la miglior strategia di negozio in base agli obiettivi da raggiungere
- Saper gestire e dirigere una squadra di lavoro in un ambiente clinico-dentale
- Organizzare e implementare la funzione acquisti in una clinica
- Definire e valutare i processi di selezione di fornitori, approvvigionamento e fornitura, contribuendo a garantire il flusso di materiali necessari per il corretto funzionamento della clinica
- Controllare le scorte in modo efficiente, migliorando così la gestione del capitale fisso
- Negoziare in maniera intelligente e semplice per ottenere condizioni favorevoli allo sviluppo della clinica dentale
- Sviluppare la professione odontologica partendo da basi etiche e morali



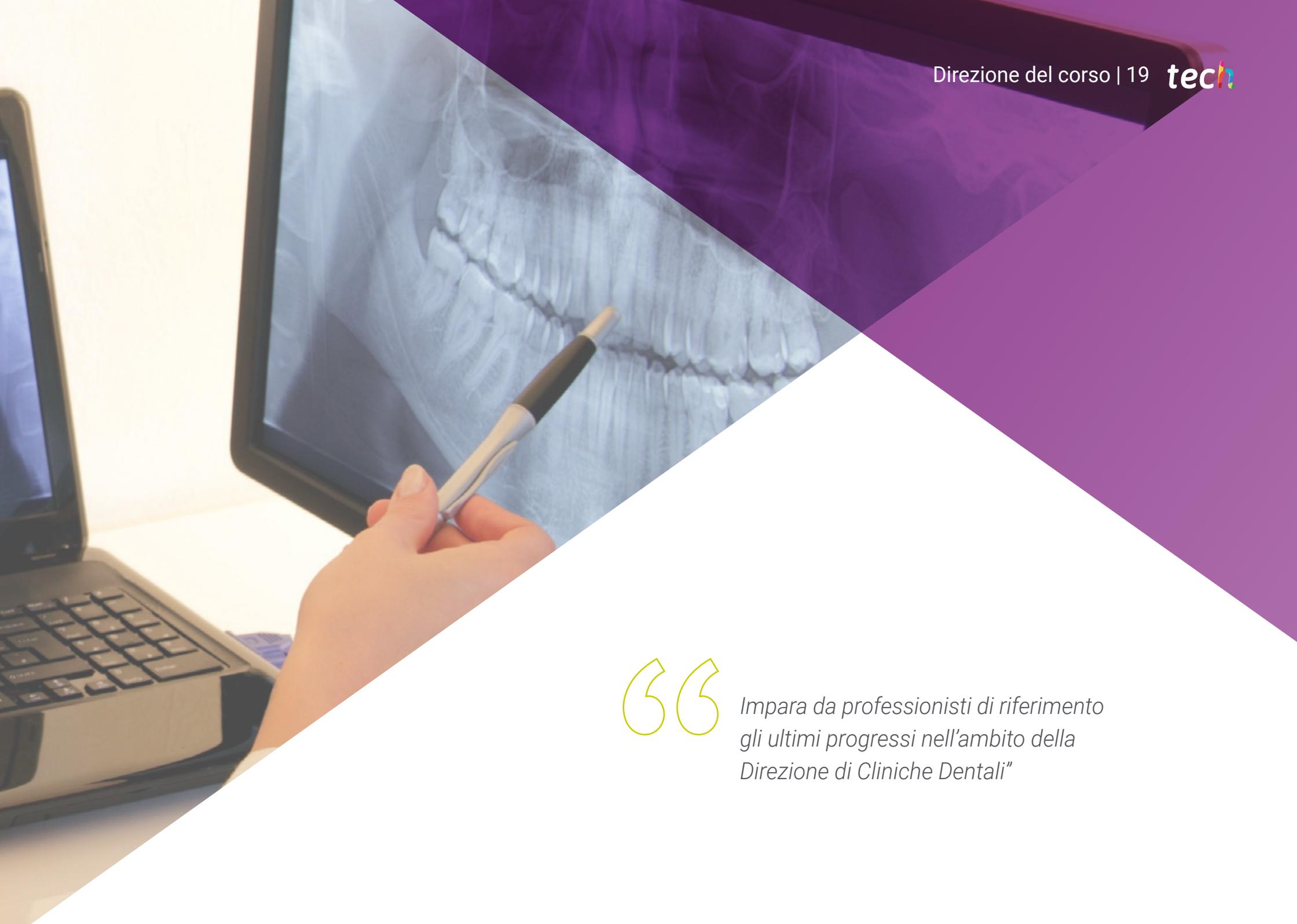
Come il mondo degli affari cambia, così lo fa la necessità di determinate abilità manageriali. Per questo ogni manager, o chi aspira ad esserlo, deve essere in costante aggiornamento e miglioramento delle capacità di gestione"

04

Direzione del corso

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti in Direzione di Cliniche Dentali e altre aree correlate, che apportano a questa preparazione l'esperienza del loro lavoro. Inoltre altri specialisti di riconosciuto prestigio, partecipano alla progettazione e allo sviluppo del programma, completandolo in modo interdisciplinare.





“

*Impara da professionisti di riferimento
gli ultimi progressi nell'ambito della
Direzione di Cliniche Dentali”*

Direttrice Ospite Internazionale

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

Il suo costante impegno per la **Salute Pubblica** l'ha portata a sostenere che i servizi sanitari e le politiche siano orientate a garantire il benessere e la qualità della vita. In questo senso, ha ricoperto la carica di **Assistente Manager** nella **Gestione dello Studio** presso il **Centro Medico di Brockton Neighborhood**. In questo ruolo, ha potenziato le sue capacità di coordinamento delle attività che si svolgono in centri medici.

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

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



Dott.ssa Heirs-Alexandre, Chyree

- ♦ Direttrice Responsabile delle Operazioni presso la Scuola di Odontoiatria di Harvard, Boston, Stati Uniti
- ♦ Fondatrice dell'azienda Orchids in Bloom Credentialing
- ♦ Direttrice delle operazioni cliniche presso il Family Health Center di Worcester
- ♦ Assistente di gestione dello studio presso il Brockton Neighborhood Health Center
- ♦ Coordinatrice delle credenziali presso Stamford Health
- ♦ Specialista delle credenziali in NextGen Healthcare
- ♦ Coordinatrice delle operazioni sanitarie presso il centro di ristorazione di vene-
Industria Medica Aziendale
- ♦ Assistente Clinico allo Stamford Hospital
- ♦ Master in Salute Pubblica presso l'Università Southern New Hampshire
- ♦ Laureata in Amministrazione Sanitaria presso il Charter Oak State College

“

*Grazie a TECH potrai
apprendere al fianco dei
migliori professionisti
del mondo”*

Direttrice Ospite Internazionale

Con oltre 20 anni di esperienza nella progettazione e gestione di team globali per l'**acquisizione di talenti**, Jennifer Dove è un'esperta in **assunzioni** e **strategia tecnologica**. Nel corso della sua esperienza professionale ha ricoperto posizioni di leadership in diverse organizzazioni tecnologiche all'interno delle aziende **Fortune 50**, tra cui **NBCUniversal** e **Comcast**. La sua esperienza gli ha permesso di distinguersi in ambienti competitivi e ad alta crescita.

In qualità di **Vice Presidente per l'Acquisizione dei Talenti** presso **Mastercard**, è responsabile della supervisione della strategia e dell'esecuzione del processo di assunzione dei talenti, collaborare con i leader aziendali e i responsabili delle **Risorse Umane** per raggiungere gli obiettivi operativi e strategici di assunzione. In particolare, il suo obiettivo è **creare team diversificati, inclusivi e ad alte prestazioni** che promuovano l'innovazione e la crescita dei prodotti e dei servizi dell'azienda. Inoltre, è esperta nell'uso di strumenti per attrarre e trattenere i migliori professionisti da tutto il mondo. Inoltre, si occupa di **amplificare il marchio del datore** di lavoro e la proposta di valore di **Mastercard** attraverso pubblicazioni, eventi e social media.

Jennifer Dove ha dimostrato il suo impegno per lo sviluppo professionale continuo, partecipare attivamente alle reti di professionisti delle **Risorse Umane** e contribuire all'inserimento di numerosi lavoratori in diverse aziende. Dopo aver conseguito la laurea in **Comunicazione Organizzativa** presso l'Università di Miami, ha ricoperto incarichi dirigenziali nella selezione del personale in aziende di diversi settori.

D'altra parte, è stata riconosciuta per la sua capacità di guidare le trasformazioni organizzative, **integrare le tecnologie nei processi di reclutamento** e sviluppare programmi di leadership che preparano le istituzioni per le sfide future. Ha anche implementato con successo programmi di **benessere sul lavoro** che hanno aumentato in modo significativo la soddisfazione e la fidelizzazione dei dipendenti.



Dott.ssa Dove, Jennifer

- ♦ Vice presidentessa per l'Acquisizione di Talenti alla Mastercard, New York, Stati Uniti
- ♦ Direttrice Acquisizione di Talenti in NBCUniversal, New York, Stati Uniti
- ♦ Responsabile della Selezione del Personale Comcast
- ♦ Direttrice del Reclutamento presso Rite Hire Advisory
- ♦ Vice Presidentessa Esecutivo della Divisione Vendite di Ardor NY Real Estate
- ♦ Direttrice del Personale presso Valerie August & Associates
- ♦ Responsabile dei Conti presso BNC
- ♦ Responsabile dei Conti presso Vault
- ♦ Laurea in Comunicazione Organizzativa presso l'Università di Miami

“

*Un'esperienza di
formazione unica, chiave e
decisiva per infondere il tuo
sviluppo professionale"*

Direttore Ospite Internazionale

Leader tecnologico con decenni di esperienza nelle principali multinazionali tecnologiche, Rick Gauthier si è sviluppato in modo prominente nel campo dei servizi cloud e del miglioramento dei processi end-to-end. È stato riconosciuto come un leader e responsabile di team con grande efficienza, mostrando un talento naturale per garantire un alto livello di impegno tra i suoi dipendenti.

Possiede doti innate nella strategia e nell'innovazione esecutiva, sviluppando nuove idee e supportando il suo successo con dati di qualità. Il suo percorso in Amazon gli ha permesso di gestire e integrare i servizi IT della società negli Stati Uniti. In Microsoft ha guidato un team di 104 persone, incaricati di fornire l'infrastruttura informatica a livello aziendale e supportare i dipartimenti di ingegneria dei prodotti in tutta l'azienda.

Questa esperienza gli ha permesso di distinguersi come un manager ad alto impatto, con notevoli capacità per aumentare l'efficienza, la produttività e la soddisfazione generale del cliente.



Dott. Gauthier, Rick

- Direttore Regionale di IT in Amazon, Seattle, Stati Uniti
- Responsabile dei programmi senior in Amazon
- Vicepresidente di Wimmer Solutions
- Direttore senior dei servizi di ingegneria produttiva in Microsoft
- Laureato in Sicurezza Informatica presso la Western Governors University
- Certificato Tecnico in *Commercial Diving* per Divers Institute of Technology
- Studi Ambientali presso l'Evergreen State College

“

Cogli l'opportunità per conoscere gli ultimi sviluppi del settore per applicarli alla tua pratica quotidiana"

Direttore Ospite Internazionale

Romi Arman è un esperto internazionale di fama con oltre due decenni di esperienza in **Digital Transformation, Marketing, Strategia e Consulenza**. In questo lungo percorso ha assunto diversi rischi ed è un sostenitore costante dell'innovazione e del cambiamento nella congiuntura aziendale. Con questa esperienza, ha collaborato con amministratori delegati e organizzazioni aziendali di tutto il mondo, spingendoli a mettere da parte i modelli di business tradizionali. Ha contribuito a rendere aziende come la Shell Energy leader nel mercato, focalizzate sui clienti e sul mondo digitale.

Le strategie ideate da Arman hanno un impatto latente, poiché hanno permesso a diverse aziende di migliorare le esperienze dei consumatori, del personale e degli azionisti. Il successo di questo esperto è misurabile attraverso metriche tangibili come CSAT, l'impegno dei dipendenti presso le istituzioni in cui ha esercitato e la crescita dell'indicatore finanziario EBITDA in ciascuna di esse.

Inoltre, nel suo percorso professionale ha nutrito e guidato team ad alte prestazioni che hanno anche ricevuto riconoscimenti per il loro potenziale di trasformazione. Con Shell, in particolare, il dirigente si è sempre proposto di superare tre sfide: soddisfare le complesse richieste di decarbonizzazione dei clienti, sostenere una "decarbonizzazione redditizia" e rivedere un panorama frammentato di dati, digitali e tecnologici. Così, i loro sforzi hanno evidenziato che per raggiungere un successo sostenibile è fondamentale partire dalle esigenze dei consumatori e gettare le basi della trasformazione di processi, dati, tecnologia e cultura.

Inoltre, il dirigente si distingue per la sua padronanza delle applicazioni aziendali dell'Intelligenza Artificiale, argomento in cui ha conseguito un master presso la Business School di Londra. Allo stesso tempo, ha accumulato esperienze nel IoT e il Salesforce.



Dott. Arman, Romi

- ♦ Direttore della Trasformazione Digitale (CDO) presso la Corporation Shell Energy, Londra, Regno Unito
- ♦ Direttore Globale di E-commerce e Assistenza Clienti alla Shell Energy Corporation
- ♦ Responsabile Nazionale dei Conti Chiave (produttori di apparecchiature originali e rivenditori di automobili) per Shell a Kuala Lumpur, Malesia
- ♦ Consulente Senior di Gestione (settore dei servizi finanziari) per Accenture da Singapore
- ♦ Laurea presso l'Università di Leeds
- ♦ Post-Laurea in Applicazioni Aziendali IA per Dirigenti della Business School di Londra
- ♦ Certificazione Professionale in Esperienza del cliente CCXP
- ♦ Corso di Trasformazione Digitale per Dirigenti IMD

“

Vuoi aggiornare le tue conoscenze con la massima qualità educativa? TECH ti offre i contenuti più aggiornati del mercato accademico, progettati da autentici esperti di fama internazionale”

Direttore Ospite Internazionale

Manuel Arens è un esperto nella gestione dei dati e leader di un team altamente qualificato. Infatti, Arens è il responsabile globale degli acquisti nella divisione di Google per le infrastrutture tecniche e i data center, la sua carriera professionale si è svolta in un'azienda dove ha svolto la maggior parte della sua attività. Con sede a Mountain View, in California, ha fornito soluzioni per le sfide operazioni del gigante tecnologico, come l'integrità dei dati di riferimento, gli aggiornamenti dati dei fornitori e la loro prioritizzazione. Ha guidato la pianificazione della supply chain del data center e la valutazione dei rischi del fornitore, generando miglioramenti nel processo e la gestione dei flussi di lavoro che hanno portato a risparmi significativi sui costi.

Con oltre un decennio di lavoro fornendo soluzioni digitali e leadership per le aziende in vari settori, ha una vasta esperienza in tutti gli aspetti della fornitura di soluzioni strategiche, tra cui **Marketing, analisi dei media, misurazione e attribuzione**. Ha ricevuto diversi riconoscimenti per il suo lavoro, tra cui il **Premio per la leadership BIM, il Leadership Search Award, Premio per il programma di generazione di lead all'esportazione e Best Sales Model EMEA**.

Inoltre, Arens ha lavorato come **Sales Manager** a Dublino, in Irlanda. In questa posizione, ha costruito un team di 4-14 membri in tre anni e ha guidato il team di vendita per ottenere risultati e collaborare bene tra loro e con team interfunzionali. Ha anche lavorato come **Analista Senior** di settore ad Amburgo, in Germania, creando storylines per oltre 150 clienti utilizzando strumenti interni e di terze parti a supporto dell'analisi. Ha sviluppato e redatto rapporti approfonditi per dimostrare la sua padronanza dell'argomento, compresa la comprensione dei **fattori macroeconomici e politici/normativi** che influenzano l'adozione e la diffusione della tecnologia.

Ha anche guidato team in aziende come **Eaton, Airbus e Siemens**, dove ha acquisito una preziosa esperienza nella gestione dei clienti e della supply chain. Sottolinea in particolare il suo impegno a superare continuamente le aspettative **costruendo relazioni preziose con i clienti** e lavorando senza problemi con persone a tutti i livelli di un'organizzazione, **compresi gli stakeholder, la gestione, i membri del team e i clienti**. Il suo approccio basato sui dati e la sua capacità di sviluppare soluzioni innovative e scalabili per le sfide del settore lo hanno reso un leader nel suo campo.



Dott. Arens, Manuel

- Responsabile degli Acquisti Globali in Google, Mountain View, USA
- Senior Analyst e Technology B2B presso Google, Stati Uniti
- Direttore delle Vendite presso Google, Irlanda
- Analista Industriale Senior presso Google, Germania
- Account Manager presso Google, Irlanda
- Accounts Payable in Eaton, Reino Unido
- Responsabile della Catena di Somministro in Airbus, Germania

“

Scegli TECH! Potrai accedere ai migliori materiali didattici, all'avanguardia tecnologica ed educativa, implementati da rinomati specialisti di fama internazionale nel settore”

Direttore Ospite Internazionale

Andrea La Sala è un esperto dirigente del Marketing i cui progetti hanno avuto un impatto significativo sull'ambiente della Moda. Nel corso della sua carriera di successo ha svolto diversi compiti relativi a **Prodotti, Merchandising e Comunicazione**. Tutto questo, legato a marchi di prestigio come **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, ecc.

I risultati di questo leader internazionale di **alto profilo internazionale** sono stati legati alla sua comprovata capacità di **sintetizzare le informazioni** in quadri chiari e di attuare **azioni concrete** allineate a specifici **obiettivi aziendali**. Inoltre, è riconosciuto per la sua **proattività** e **adattamento ad un ritmo accelerato** di lavoro. A tutto questo, un esperto aggiunge una **forte consapevolezza commerciale, visione del mercato** e una vera **passione per i prodotti**.

In qualità di **Global Brand and Merchandising Director** presso **Giorgio Armani**, ha supervisionato diverse **strategie di marketing** per **abbigliamento e accessori**. Inoltre, le loro tattiche sono state focalizzate nel settore della **vendita al dettaglio** e delle **esigenze e del comportamento dei consumatori**. Da questo in qualità di responsabile della commercializzazione dei prodotti nei diversi mercati, ha lavorato come **team leader** nei reparti **Design, Comunicazione e Vendite**.

In aziende come **Calvin Klein** o il **Gruppo Coin**, ha inoltre avviato progetti per promuovere la **struttura, lo sviluppo e la commercializzazione di diverse collezioni**. A sua volta, è stato incaricato di **creare calendari efficaci** per le **campagne** di acquisto e vendita. Ha inoltre avuto sotto la sua direzione i **termini, costi, processi e tempi di consegna** di diverse operazioni.

Queste esperienze hanno reso Andrea La Sala uno dei **leader aziendali** più importanti e qualificati nel settore della **Moda** e del **Lusso**. Un'elevata capacità manageriale con la quale è riuscito a implementare in modo efficace il **posizionamento positivo di diversi marchi** e ridefinire i suoi indicatori chiave di prestazione (KPI).



Dott. La Sala, Andrea

- ♦ Direttore Globale del Marchio e Merchandising Armani Exchange presso Giorgio Armani, Milano
- ♦ Direttore del Merchandising di Calvin Klein
- ♦ Responsabile del marchio presso il Gruppo Coin
- ♦ Brand Manager in Dolce&Gabbana
- ♦ Direttore del marchio presso Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Analista di Mercato presso Fastweb
- ♦ Laurea in Economia e Commercio presso l'Università del Piemonte Orientale

“

I professionisti più qualificati ed esperti a livello internazionale ti aspettano in TECH per offrirti un insegnamento di primo livello, aggiornato e basato sulle ultime prove scientifiche. Cosa aspetti ad iscriverti?"

Direttore Ospite Internazionale

Mick Gram è sinonimo di innovazione ed eccellenza nel campo della **Business Intelligence** a livello internazionale. La sua carriera di successo è legata a posizioni di leadership in multinazionali come **Walmart** e **Red Bull**. Inoltre, questo esperto è noto per la sua visione nell'**identificare le tecnologie emergenti** che, a lungo termine, hanno un impatto duraturo sull'ambiente aziendale.

D'altra parte, l'esecutivo è considerato un **pioniere** nell'uso di **tecniche di visualizzazione dei dati** che semplificano set complessi, rendendoli accessibili e facilitanti nel processo decisionale. Questa abilità divenne il pilastro del suo profilo professionale, rendendolo un bene desiderabile per molte organizzazioni che puntavano a **raccogliere informazioni** e **generare azioni** concrete da loro.

Uno dei suoi progetti più importanti degli ultimi anni è stato la **piattaforma Walmart Data Cafe**, la più grande del suo genere al mondo che è ancorata al cloud per l'**analisi di Big Data**. Ha inoltre ricoperto la carica di **Direttore della Business Intelligence** in **Red Bull**, occupandosi di aree quali **vendite, distribuzione, marketing e supply chain operations**. Il suo team è stato recentemente riconosciuto per la sua costante innovazione nell'utilizzo della nuova API di Walmart Luminare per gli insight di Buyer e Channel.

Per quanto riguarda la sua formazione, il manager ha diversi master e studi post-laurea presso prestigiosi centri come l'**Università di Berkeley**, negli Stati Uniti, e l'**Università di Copenaghen**, in Danimarca. Attraverso questo aggiornamento continuo, l'esperto ha raggiunto competenze all'avanguardia. In questo modo, è diventato un **leader nato** della **nuova economia mondiale**, incentrata sull'impulso dei dati e sulle loro infinite possibilità.



Dott. Gram, Mick

- Direttore di *Business Intelligence* e analisi in Red Bull, Los Angeles, Stati Uniti
- Architetto di soluzioni di *Business Intelligence* per Walmart Data Cafe
- Consulente indipendente di *Business Intelligence* e *Data Science*
- Direttore di *Business Intelligence* presso Capgemini
- Analista Capo in Nordea
- Consulente Capo di *Business Intelligence* per SAS
- Executive Education in IA e Machine Learning in UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce presso l'Università di Copenaghen
- Laurea e Master in Matematica e Statistica presso l'Università di Copenaghen



*Studia nella migliore università
Online del mondo secondo Forbes!
In questo MBA avrai accesso a una
vasta libreria di risorse multimediali,
elaborate da docenti riconosciuti di
rilevanza internazionale"*

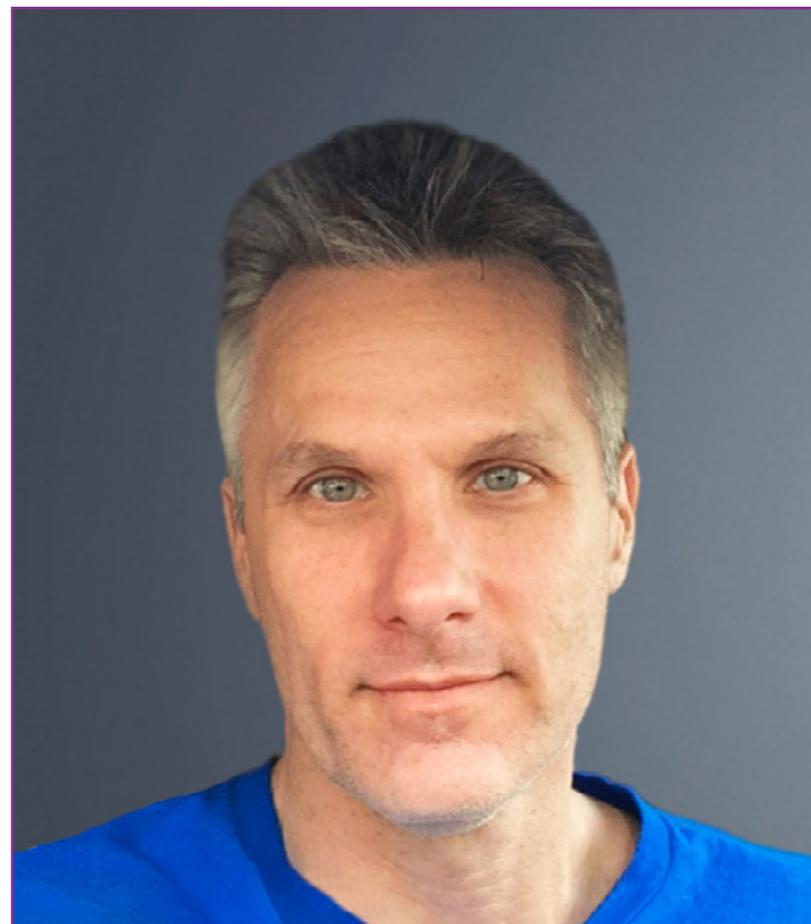
Direttore Ospite Internazionale

Scott Stevenson è un illustre esperto del settore del **Marketing Digitale** che, per oltre 19 anni, è stato associato a una delle più potenti aziende del settore dell'intrattenimento, **Warner Bros. Discovery**. In questo ruolo, è stato determinante nella **supervisione della logistica** e dei flussi di lavoro creativi su diverse piattaforme digitali, tra cui social media, ricerca, display e media lineari.

La sua leadership è stata cruciale nel guidare le **strategie di produzione dei media a pagamento**, che hanno portato a un netto **miglioramento** dei tassi di conversione **dell'azienda**. Allo stesso tempo, ha assunto altri ruoli, come quello di Direttore dei Servizi di Marketing e di Responsabile del Traffico presso la stessa multinazionale durante il suo precedente mandato dirigenziale.

Stevenson si è occupato anche della distribuzione globale di videogiochi e di **campagne immobiliari digitali**. È stato anche responsabile dell'introduzione di **strategie operative relative alla creazione, alla finalizzazione e alla consegna di contenuti audio e immagini per spot televisivi e trailer**.

D'altra parte, l'esperto ha una laurea in Telecomunicazioni dall'Università della Florida e un Master in Scrittura Creativa dalla University of California, che dimostra le sue abilità nella **comunicazione** e nella **narrazione**. Inoltre, ha partecipato alla **School of Professional Development dell'Università di Harvard** a programmi all'avanguardia sull'uso dell'Intelligenza Artificiale nel business. Così, il suo profilo professionale si erge come uno dei più importanti nel campo del **Marketing** e dei **Media Digitali**.



Dott. Stevenson, Scott

- Direttore del Marketing Digitale di Warner Bros Discovery, Burbank, Stati Uniti
- Responsabile del Traffico della Warner Bros Entertainment
- Master in Scrittura Creativa presso l'Università della California
- Laurea in Telecomunicazioni presso l'Università della Florida

“

Raggiungi i tuoi obiettivi accademici e professionali con gli esperti più qualificati del mondo! I docenti di questo MBA ti guideranno attraverso l'intero processo di apprendistato"

Direttore Ospite Internazionale

Il Dottor Eric Nyquist è un importante professionista nel campo dello sport internazionale, che ha costruito una carriera impressionante, distinguendosi per la sua **leadership strategica** e la sua capacità di promuovere il cambiamento e l'**innovazione** nelle **organizzazioni sportive** di primo livello.

Infatti, ha ricoperto ruoli di alto livello, come quello di **Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto** alla **NASCAR**, con sede in **Florida, Stati Uniti**. Con molti anni di esperienza alle spalle in questa entità, il Dottor Nyquist ha anche ricoperto diverse posizioni di leadership, tra cui **Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico** e **Direttore Generale degli Affari Commerciali**, gestendo più di una dozzina di discipline che vanno dallo **sviluppo strategico** al **Marketing dell'intrattenimento**.

Inoltre, Nyquist ha lasciato un segno significativo nei **principali franchising** sportivi di Chicago. In qualità di **Vicepresidente Esecutivo** del franchising dei **Chicago Bulls** e dei **Chicago White Sox**, ha dimostrato la sua capacità di promuovere il **successo aziendale e strategico** nel mondo dello **sport professionale**.

Infine, va notato che ha iniziato la sua **carriera sportiva** mentre lavorava a **New York** come **analista strategico principale** per **Roger Goodell** nella **National Football League (NFL)** e, in precedenza, come **stagista legale** nella **Federalcalcio** degli Stati Uniti.



Dott. Nyquist, Eric

- ♦ Direttore delle Comunicazioni e dell'Impatto alla NASCAR, Florida, Stati Uniti
- ♦ Vicepresidente Senior dello Sviluppo Strategico alla NASCAR
- ♦ Vice Presidente della Pianificazione Strategica alla NASCAR
- ♦ Direttore Generale degli Affari Commerciali alla NASCAR
- ♦ Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago White Sox
- ♦ Vicepresidente Esecutivo del Franchising Chicago Bulls
- ♦ Responsabile della Pianificazione Aziendale presso la National Football League (NFL)
- ♦ Affari Commerciali/Stagista Legale presso la Federcalcio degli Stati Uniti
- ♦ Dottorato in Giurisprudenza all'Università di Chicago
- ♦ Master in Business Administration-MBA presso la Booth School of Business presso l'Università di Chicago
- ♦ Laurea in Economia Internazionale presso Carleton College

“

Grazie a questo titolo universitario, 100% online, potrai conciliare lo studio con i tuoi impegni quotidiani, insieme ai maggiori esperti internazionali nel campo che ti interessa. Iscriviti subito!”

Direzione



Dott. Guillot, Jaime

- ♦ Imprenditore e investitore Web3
- ♦ CEO Mergelina Inversiones
- ♦ Chief Operating Officer di Demium Startups
- ♦ Co-fondatore e direttore di strategie presso Hikaru VR Agency
- ♦ Co-fondatore e direttore generale di Drone Spain
- ♦ Co-fondatore di IMBS Business
- ♦ Fondatore di Internet & Mobile Business School
- ♦ Fondatore e Direttore Generale di Fight Technologies
- ♦ Ampia esperienza in creazione d'impresa
- ♦ Professore per il corso di Master di Innovazione e Creazione Aziendale di Bankinter
- ♦ Certificato di executive coach rilasciato dalla Scuola Europea dei Leader (EEL)
- ♦ Responsabile Operativo presso BBVA
- ♦ Formatore in programmi di leadership e gestione emotiva in azienda
- ♦ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale UPV
- ♦ Specializzazione nel settore industriale
- ♦ Formazione in lingue come inglese, tedesco e cinese
- ♦ Volontario dell'Associazione di Attenzione Educativa a Persone con Esigenze Specifiche



Dott. Gil, Andrés

- ♦ Specialista in Innovazione e Direzione Strategica
- ♦ Direttore-dirigente della Clinica Odontologica Pilar Roig
- ♦ Co-fondatore e CEO di MedicalDays
- ♦ Diploma in Direzione Odontoiatrica e Gestione Clinica presso DentalDoctors Institute
- ♦ Diploma in Contabilità dei Costi Camera di Commercio di Valencia
- ♦ Ingegnere Agrario UPV
- ♦ Master in Gestione e Direzione presso l'Università Statale del Michigan
- ♦ Specializzazione in Contabilità presso il Centro di Studi Finanziari
- ♦ Specializzazione in Leadership e Team Management, César Piqueras

Personale docente

Dott.ssa Fortea Paricio, Anna

- ◆ Coach Professionista Internazionale, Esperto in Executive e Business Coaching
- ◆ Neurocoach Professionista
- ◆ Presidente dell'Associazione Internazionale di Neurocoaching
- ◆ Direttrice di Coaching Connection.es (rivista digitale specializzata in coaching)
- ◆ Membro fondatrice di Co & Co (Coaching & Consulting)
- ◆ Fondatrice del Centro Europeo di Leadership
- ◆ Fondatrice del Centro per le Alte Prestazioni Umane Anna Fortea
- ◆ Cofondatrice di Esexo
- ◆ Docente in diverse università spagnole, presso l'UAC e l'Università Humboldt.
- ◆ Insegnante Specializzata presso l'Associazione Europea degli Studenti di Diritto (ELSA), facilitando la formazione in collaborazione con l'UNESCO, l'UNICEF e l'ONU
- ◆ Volontaria presso la Fondazione José Carreras
- ◆ Volontaria presso la Federazione di aiuto al popolo saharawi (Federación de Ayuda al Pueblo Saharaui)
- ◆ Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Valencia
- ◆ Studi di Psicologia presso l'UOC e di Neuroscienze presso l'UPenn
- ◆ Coach professionista certificata a livello internazionale presso l'Istituto di Alto Rendimento Umano (IESEC)
- ◆ Esperta in Comunicazione, Negoziazione, Leadership e Autostima presso PsicoActiva
- ◆ MBA presso la CEREM Business School
- ◆ Membro del Gruppo di Esperti della Commissione Europea e dell'Associazione Nazionale di Intelligenza Emotiva (ASNIE)





Dott. Dolz, Juan Manuel

- ◆ Consulente di digitalizzazione aziendale
- ◆ Responsabile del team tecnico Irene Milián Group
- ◆ Ampia esperienza in creazione d'impresa
- ◆ Co-fondatore e CTO di MedicalDays
- ◆ Co-fondatore e COO di Drone Spain
- ◆ Co-fondatore e COO di Hikaru VR Agency
- ◆ Co-fondatore di HalloValencia
- ◆ Laurea in Amministrazione, Direzione d'Impresa e Marketing presso l'Università di Valencia
- ◆ Borsa di studio Freemover, Gestione internazionale, Comunicazione e vendite, Leadership presso l'Università di Berna
- ◆ Diploma in Studi Aziendali presso l'Università di Valencia
- ◆ Formazione professionale in Digital Marketing. Internet Startup Camp. UPV

“

Cogli l'occasione per conoscere gli ultimi sviluppi in questa materia e applicala alla tua pratica quotidiana”

05

Struttura e contenuti

La struttura dei contenuti è stata ideata da una squadra di professionisti provenienti dai migliori centri ospedalieri e dalle migliori università della Spagna, consapevoli della rilevanza della preparazione attuale per gestire aziende di successo e impegnati in un insegnamento di qualità basato sulle nuove tecnologie educative.



“

*Questo MBA in Direzione di Cliniche
Dentali possiede il programma scientifico
più completo e aggiornato del mercato”*

Modulo 1. Pilastri della gestione di cliniche dentali

- 1.1. Introduzione alla gestione di cliniche dentali
 - 1.1.1. Concetto di gestione
 - 1.1.2. Finalità della gestione
- 1.2. La visione aziendale della clinica dentale
 - 1.2.1. Definizione aziendale: approccio allo studio dentistico come un'impresa di servizi
 - 1.2.2. Elementi aziendali applicati a cliniche dentali
- 1.3. La figura del direttore
 - 1.3.1. Descrizione del posto di direttore nelle cliniche dentali
 - 1.3.2. Le funzioni del direttore
- 1.4. Forme di organizzazione aziendale
 - 1.4.1. Il proprietario
 - 1.4.2. La persona giuridica come titolare di una clinica dentale
- 1.5. Conoscenza del settore clinico-dentale
- 1.6. Terminologia e concetti chiave della gestione e direzione aziendale
- 1.7. Modelli di successo attuali di cliniche dentali

Modulo 2. Progetta la tua clinica dentale

- 2.1. Introduzione e obiettivi
- 2.2. Situazione attuale del settore clinico-dentale
 - 2.2.1. Ambito nazionale
 - 2.2.2. Ambito internazionale
- 2.3. Evoluzione del settore clinico-dentale
 - 2.3.1. Ambito nazionale
 - 2.3.2. Ambito internazionale
- 2.4. Analisi della competenza
 - 2.4.1. Analisi dei prezzi
 - 2.4.2. Analisi della differenziazione
- 2.5. Analisi SWOT
- 2.6. Come progettare il modello Canvas della tua clinica dentale?
 - 2.6.1. Segmento dei clienti
 - 2.6.2. Necessità
 - 2.6.3. Soluzioni
 - 2.6.4. Canali
 - 2.6.5. Proposte di valore



- 2.6.6. Struttura delle entrate
- 2.6.7. Struttura dei costi
- 2.6.8. Vantaggi competitivi
- 2.6.9. Metriche chiave
- 2.7. Metodo di valutazione del tuo modello aziendale: ciclo Lean Startup
 - 2.7.1. Caso 1: valutazione del tuo modello in fase di creazione
 - 2.7.2. Caso 2: applicazione del metodo innovativo nel tuo modello attuale
- 2.8. L'importanza di valutare e migliorare il modello aziendale della tua clinica dentale
- 2.9. Come definire la proposte di valore della tua clinica dentale?
- 2.10. Missione, visione e valori
 - 2.10.1. Missione
 - 2.10.2. Visione
 - 2.10.3. Valori
- 2.11. Definizione del paziente obiettivo
- 2.12. Localizzazione ottima della tua clinica
 - 2.12.1. Disposizione dello stabilimento
- 2.13. Dimensionamento ottimo del personale
- 2.14. Importanza del modello di assunzione in base alla strategia definita
- 2.15. Chiavi per definire la politica dei prezzi
- 2.16. Finanziamento esterno vs Finanziamento interno
- 2.17. Analisi strategica di un caso di successo di una clinica dentale

Modulo 3. Introduzione al marketing

- 3.1. Fondamenti principali del marketing
 - 3.1.1. Varianti di base di marketing
 - 3.1.2. Evoluzione del concetto di marketing
 - 3.1.3. Il marketing come sistema di intercambio
- 3.2. Nuove tendenze di marketing
 - 3.2.1. Evoluzione e futuro del marketing
- 3.3. Intelligenza emozionale applicata al marketing
 - 3.3.1. Cos'è l'intelligenza emotiva?
 - 3.3.2. Come applicare l'intelligenza emotiva nella tua strategia di marketing?
- 3.4. Il marketing sociale e la responsabilità sociale d'impresa

- 3.5. Marketing interno
 - 3.5.1. Marketing tradizionale (marketing mix)
 - 3.5.2. Marketing di riferimento
 - 3.5.3. Marketing di contenuti
- 3.6. Marketing esterno
 - 3.6.1. Marketing operativo
 - 3.6.2. Marketing strategico
 - 3.6.3. *Inbound* marketing
 - 3.6.4. Email marketing
 - 3.6.5. Marketing degli influencer
- 3.7. Marketing interno vs Marketing esterno
- 3.8. Tecniche di fidelizzazione dei pazienti
 - 3.8.1. L'importanza della fidelizzazione dei pazienti
 - 3.8.2. Strumenti digitali applicati alla fidelizzazione dei pazienti

Modulo 4. Marketing 2.0

- 4.1. L'importanza del *branding* per la differenziazione
 - 4.1.1. Identità visiva
 - 4.1.2. Le fasi del branding
 - 4.1.3. Branding come strategia di differenziazione
 - 4.1.4. Archetipi di Jung per fornire personalità al tuo marchio
- 4.2. Il web e i blog corporativi della clinica dentale
 - 4.2.1. Soluzioni per un web efficace e funzionale
 - 4.2.2. Decisione del tono di voce nei canali di comunicazione
 - 4.2.3. Vantaggi di avere un blog aziendale
- 4.3. Uso effettivo delle piattaforme sociali
 - 4.3.1. L'importanza della strategia nei social network
 - 4.3.2. Strumenti di automatizzazione per le piattaforme sociali
- 4.4. Uso della messaggeria istantanea
 - 4.4.1. Importanza di una comunicazione diretta con i pazienti
 - 4.4.2. Canali per la promozione personalizzata o i messaggi massivi
- 4.5. Importanza della narrativa transmediale nella comunicazione 2.0
- 4.6. Come creare database attraverso la comunicazione?
- 4.7. Google Analytics per misurare l'impatto della tua comunicazione 2.0

- 4.8. Analisi della situazione
 - 4.8.1. Analisi della situazione esterna
 - 4.8.2. Analisi della situazione interna
- 4.9. Determinazione di obiettivi
 - 4.9.1. Punti chiave nella determinazione di obiettivi
- 4.10. Determinazione di strategie
 - 4.10.1. Tipi di strategie
- 4.11. Piano d'azione
- 4.12. Preventivi
 - 4.12.1. Assegnazione del bilancio
 - 4.12.2. Previsione dei risultati
- 4.13. Metodi di controllo e monitoraggio

Modulo 5. Il valore del capitale umano

- 5.1. Introduzione alla gestione delle risorse umane
- 5.2. Cultura aziendale e clima lavorativo
- 5.3. La squadra
 - 5.3.1. La squadra odontologica
 - 5.3.2. La squadra ausiliare
 - 5.3.3. Amministrazione e direzione
- 5.4. Organigramma della tua clinica dentale
 - 5.4.1. Organigramma della clinica: gerarchia
 - 5.4.2. Descrizione dei dipartimenti dell'organigramma
 - 5.4.3. Descrizione dei posti di ogni dipartimento
 - 5.4.4. Assegnazione di compiti per ogni posto
 - 5.4.5. Coordinazione dei dipartimenti
- 5.5. Introduzione alla gestione lavorativa e delle risorse umane
- 5.6. Strategie per l'incorporazione del capitale umano
 - 5.6.1. Strategie per la selezione di personale
 - 5.6.2. Strategie di assunzione
- 5.7. Politiche salariali
 - 5.7.1. Retribuzione fissa
 - 5.7.2. Retribuzione variabile

- 5.8. Strategia di mantenimento dei talenti
 - 5.8.1. Cos'è la ritenzione dei talenti?
 - 5.8.2. Vantaggi della ritenzione dei talenti in una clinica dentale
 - 5.8.3. Forme di ritenere i talenti
- 5.9. Strategia di gestione delle assenze
 - 5.9.1. L'importanza della pianificazione per la gestione di assenze
 - 5.9.2. Forme di gestire le assenze in una clinica dentale
- 5.10. La relazione professionale
 - 5.10.1. Il contratto di lavoro
 - 5.10.2. Tempo di lavoro
- 5.11. Normativa legale
 - 5.11.1. Il sistema della previdenza sociale
 - 5.11.2. Regimi della previdenza sociale
 - 5.11.3. Assunzioni e congedi

Modulo 6. Team Management

- 6.1. Cos'è la leadership personale?
- 6.2. L'importanza di applicare la regola del 33%
- 6.3. Vantaggi di una cultura di gestione in una clinica dentale
- 6.4. Qual è la migliore gestione per la tua clinica dentale?
 - 6.4.1. Direzione autocratica
 - 6.4.2. Direzione per obiettivi
 - 6.4.3. Direzione per valori
- 6.5. Abilità di direzione personale
 - 6.5.1. Pensieri strategici
 - 6.5.2. L'importanza della visione del direttore
 - 6.5.3. Come sviluppare un'attività autocritica salutare?
- 6.6. Abilità di direzione interpersonale
 - 6.6.1. La comunicazione assertiva
 - 6.6.2. La capacità di delegare
 - 6.6.3. Dare e ricevere *Feedback*

- 6.7. Intelligenza emotiva applicata alla risoluzione di conflitti
 - 6.7.1. Identificare le emozioni basiche da attuare
 - 6.7.2. L'importanza dell'ascolto attivo
 - 6.7.3. L'empatia come abilità personale chiave
 - 6.7.4. Come identificare un sequestro emotivo?
 - 6.7.5. Come raggiungere risultati "win-win"?
- 6.8. I benefici della tecnica della costellazione organizzativa
- 6.9. Tecniche di motivazione per ritenere talenti
 - 6.9.1. Il riconoscimento
 - 6.9.2. Assegnazione di responsabilità
 - 6.9.3. Promuovere la salute professionale
 - 6.9.4. Offrire incentivi
- 6.10. L'importanza della valutazione dell'impegno

- 7.7. Casi pratici di qualità nella clinica dentale
 - 7.7.1. Caso pratico 1: protocollo di gestione di emergenze
 - 7.7.2. Caso pratico 2: elaborazione di indagini sulla soddisfazione
- 7.8. Gestione di sicurezza e salute nel lavoro in una clinica dentale
 - 7.8.1. Importanza di definire i compiti principali nella clinica dentale
 - 7.8.2. Tecnica di produttività "un'attività, un solo responsabile"
 - 7.8.3. Direttore dei compiti digitali
- 7.9. Standardizzazione del tempo nei trattamenti odontologici
 - 7.9.1. L'importanza di raccogliere le tempistiche
 - 7.9.2. Come documentare la standardizzazione delle tempistiche?
- 7.10. Metodologia di ricerca per ottimizzare i processi di qualità
- 7.11. Descrizione del modello di gestione di qualità per servizi odontoiatrici
- 7.12. La revisione sanitaria: fasi

Modulo 7. Qualità e gestione del tempo nella clinica dentale

- 7.1. Qualità applicata ai trattamenti offerti
 - 7.1.1. Definizione di qualità in odontoiatria
 - 7.1.2. Standardizzazione dei processi di una clinica dentale
- 7.2. Principi di gestione della qualità
 - 7.2.1. Cos'è un sistema di gestione della qualità?
 - 7.2.2. Benefici per l'organizzazione
- 7.3. Qualità nello svolgimento dei compiti
 - 7.3.1. Protocolli: definizione
 - 7.3.2. Protocolli: obiettivi di applicazione
 - 7.3.3. Protocolli: benefici di applicazione
 - 7.3.4. Esempio pratico: protocollo della prime visite
- 7.4. Strumenti di monitoraggio e revisione dei protocolli
- 7.5. Il continuo miglioramento nelle cliniche dentali
 - 7.5.1. Cos'è il continuo miglioramento?
 - 7.5.2. Fase 1: consulenza
 - 7.5.3. Fase 2: apprendimento
 - 7.5.4. Fase 3: monitoraggio
- 7.6. Qualità nella soddisfazione del paziente
 - 7.6.1. Indagini sulla soddisfazione
 - 7.6.2. Applicazione di questionari di soddisfazione
 - 7.6.3. Rapporti sul miglioramento

Modulo 8. Gestione degli acquisti e del magazzino

- 8.1. L'importanza di una corretta pianificazione degli acquisti
- 8.2. Responsabilità della funzione degli acquisti in una clinica dentale
- 8.3. La gestione efficiente del magazzino
 - 8.3.1. Costi di immagazzinamento
 - 8.3.2. Inventario di sicurezza
 - 8.3.3. Registro di entrate e uscite del materiale
- 8.4. Fasi del processo di acquisto
 - 8.4.1. Ricerca di informazioni e considerazione di alternative
 - 8.4.2. Valutazione e processo decisionale
 - 8.4.3. Monitoraggio
- 8.5. Modi di esecuzione e gestione dei conti
 - 8.5.1. Adattare il tipo di ordine alle nostre esigenze
 - 8.5.2. Gestione dei rischi
- 8.6. Relazione con il fornitore
 - 8.6.1. Tipi di relazione
 - 8.6.2. Politiche di pagamento
- 8.7. La negoziazione durante l'acquisto
 - 8.7.1. Conoscenze e abilità necessarie
 - 8.7.2. Fasi del processo di negoziazione
 - 8.7.3. Consigli per negoziare con successo

- 8.8. La qualità negli acquisti
 - 8.8.1. Benefici per la clinica nel suo complesso
 - 8.8.2. Parametri di misurazione
- 8.9. Indicatori di efficacia
- 8.10. Nuove tendenze nella gestione degli acquisti

Modulo 9. Costi e finanziamenti applicati alle cliniche dentali

- 9.1. Principi base di economia
- 9.2. Il bilancio
 - 9.2.1. Composizione del bilancio
 - 9.2.2. Attivo
 - 9.2.3. Passivo
 - 9.2.4. Patrimonio netto
 - 9.2.5. Interpretazione del bilancio
- 9.3. Il conteggio dei risultati
 - 9.3.1. Composizione del conteggio dei risultati
 - 9.3.2. Interpretazione del conteggio dei risultati
- 9.4. Introduzione alla contabilità dei costi
- 9.5. Benefici della sua applicazione
- 9.6. Costi fissi nella clinica dentale
 - 9.6.1. Definizione dei costi fissi
 - 9.6.2. Costi fissi di una clinica dentale tipo
 - 9.6.3. Costo/ora del professionista
- 9.7. Costi variabili nella clinica dentale
 - 9.7.1. Definizione dei costi variabili
 - 9.7.2. Costi variabili di una clinica dentale tipo
- 9.8. Costo/ora di una clinica dentale
- 9.9. Il prezzo di trattamento
- 9.10. Beneficio del trattamento
- 9.11. Strategia di Pricing
- 9.12. Introduzione
- 9.13. Le fatture e altri documenti di pagamento
 - 9.13.1. La fattura: significato e contenuto minimo
 - 9.13.2. Altri documenti di pagamento

- 9.14. Gestione dei pagamenti
 - 9.14.1. Organizzazione amministrativa
 - 9.14.2. La gestione dei pagamenti
 - 9.14.3. Il bilancio di cassa
 - 9.14.4. Analisi abc dei pazienti
 - 9.14.5. Inadempienze
- 9.15. Modalità di finanziamento esterno
 - 9.15.1. Finanziamento bancario
 - 9.15.2. *Leasing* (arrendamento finanziario)
 - 9.15.3. *Differenze tra leasing e renting*
 - 9.15.4. *Sconti di effetti commerciali*
- 9.16. Analisi delle liquidità della clinica
- 9.17. Analisi della redditività della clinica
- 9.18. Analisi dei debiti

Modulo 10. Deontologia dentale

- 10.1. Concetti di base
 - 10.1.1. Definizione e obiettivi
 - 10.1.2. Ambito di applicazione
 - 10.1.3. Atto clinico
 - 10.1.4. Il dentista
- 10.2. Principi generali
 - 10.2.1. Principio di uguaglianza dei pazienti
 - 10.2.2. Priorità degli interessi del paziente
 - 10.2.3. Doveri professionali del dentista
- 10.3. L'attenzione del paziente
 - 10.3.1. Trattamento del paziente
 - 10.3.2. Il paziente minorenne
 - 10.3.3. Libertà di scelta del professionista
 - 10.3.4. Libertà di accettazione e rifiuto del paziente
- 10.4. La storia clinica
- 10.5. Informazione al paziente
 - 10.5.1. Diritto del paziente all'informazione clinica
 - 10.5.2. Consenso informativo
 - 10.5.3. Rapporti clinici

- 10.6. Il segreto professionale
 - 10.6.1. Concetto e contenuto
 - 10.6.2. Estensione dell'obbligo
 - 10.6.3. Eccezioni al mantenimento del segreto professionale
 - 10.6.4. Archivi informatici
- 10.7. Pubblicità
 - 10.7.1. Requisiti di base della pubblicità professionale
 - 10.7.2. Citazione di titoli
 - 10.7.3. Pubblicità professionale
 - 10.7.4. Azioni con possibile effetto pubblicitario

Modulo 11. Leadership, Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

- 11.1. Globalizzazione e Governance
 - 11.1.1. Governance e Corporate Governance
 - 11.1.2. Fondamenti della Corporate Governance nelle imprese
 - 11.1.3. Il Ruolo del Consiglio di Amministrazione nel quadro della Corporate Governance
- 11.2. Leadership
 - 11.2.1. Leadership: Un approccio concettuale
 - 11.2.2. Leadership nelle imprese
 - 11.2.3. L'importanza del leader nella direzione di imprese
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concetto di *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contributi alla conoscenza delle culture nazionali
 - 11.3.3. Gestione della Diversità
- 11.4. Sviluppo manageriale e leadership
 - 11.4.1. Concetto di Sviluppo Direttivo
 - 11.4.2. Concetto di leadership
 - 11.4.3. Teorie di leadership
 - 11.4.4. Stili di leadership
 - 11.4.5. L'intelligenza nella leadership
 - 11.4.6. Le sfide del leader nell'attualità
- 11.5. Etica d'impresa
 - 11.5.1. Etica e Morale
 - 11.5.2. Etica Aziendale
 - 11.5.3. Leadership ed etica nelle imprese

- 11.6. Sostenibilità
 - 11.6.1. Sostenibilità e sviluppo sostenibile
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Le imprese sostenibili
- 11.7. Responsabilità sociale d'impresa
 - 11.7.1. Dimensione internazionale della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.7.2. Implementazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 11.7.3. Impatto e misurazione della Responsabilità Sociale d'Impresa
- 11.8. Sistemi e strumenti di Gestione responsabile
 - 11.8.1. RSC: Responsabilità sociale corporativa
 - 11.8.2. Aspetti essenziali per implementare una strategia di gestione responsabile
 - 11.8.3. Le fasi di implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale d'impresa
 - 11.8.4. Strumenti e standard della RSC
- 11.9. Multinazionali e diritti umani
 - 11.9.1. Globalizzazione, imprese multinazionali e diritti umani
 - 11.9.2. Imprese multinazionali di fronte al diritto internazionale
 - 11.9.3. Strumenti giuridici per le multinazionali in materia di diritti umani
- 11.10. Ambiente legale e *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Regolamenti internazionali di importazione ed esportazione
 - 11.10.2. Proprietà intellettuale e industriale
 - 11.10.3. Diritto internazionale del lavoro

Modulo 12. Direzione del personale e gestione del talento

- 12.1. Management strategico del personale
 - 12.1.1. Direzione strategica e risorse umane
 - 12.1.2. Management strategico del personale
- 12.2. Gestione delle risorse umane basata sulle competenze
 - 12.2.1. Analisi del potenziale
 - 12.2.2. Politiche di retribuzione
 - 12.2.3. Piani di avanzamento di carriera/successione
- 12.3. Valutazione e gestione delle prestazioni
 - 12.3.1. Gestione del rendimento
 - 12.3.2. La gestione delle prestazioni: obiettivi e processi

- 12.4. Innovazione in gestione del talento e del personale
 - 12.4.1. Modelli di gestione del talento strategico
 - 12.4.2. Identificazione, aggiornamento professionale e sviluppo dei talenti
 - 12.4.3. Fedeltà e fidelizzazione
 - 12.4.4. Proattività e innovazione
- 12.5. Motivazione
 - 12.5.1. La natura della motivazione
 - 12.5.2. Teoria delle aspettative
 - 12.5.3. Teoria dei bisogni
 - 12.5.4. Motivazione e compensazione economica
- 12.6. Sviluppo di team ad alte prestazioni
 - 12.6.1. Team ad alte prestazioni: team autogestiti
 - 12.6.2. Metodologie per la gestione di team autogestiti ad alte prestazioni
- 12.7. Gestione del cambiamento
 - 12.7.1. Gestione del cambiamento
 - 12.7.2. Tipo di processi di gestione del cambiamento
 - 12.7.3. Tappe o fasi nella gestione del cambiamento
- 12.8. Negoziazione e gestione dei conflitti
 - 12.8.1. Negoziazione
 - 12.8.2. Gestione dei Conflitti
 - 12.8.3. Gestione delle Crisi
- 12.9. Comunicazione direttiva
 - 12.9.1. Comunicazione interna ed esterna nel settore delle imprese
 - 12.9.2. Dipartimento di comunicazione
 - 12.9.3. Il responsabile di comunicazione di azienda. Il profilo del Dircom
- 12.10. Produttività, attrazione, mantenimento e attivazione del talento
 - 12.10.1. La produttività
 - 12.10.2. Leve di attrazione e ritenzione del talento

Modulo 13. Gestione Economico-Finanziaria

- 13.1. Contesto Economico
 - 13.1.1. Contesto macroeconomico e sistema finanziario nazionale
 - 13.1.2. Istituti finanziari
 - 13.1.3. Mercati finanziari
 - 13.1.4. Attivi finanziari
 - 13.1.5. Altri enti del settore finanziario
- 13.2. Contabilità direttiva
 - 13.2.1. Concetti di base
 - 13.2.2. L'Attivo aziendale
 - 13.2.3. Il Passivo aziendale
 - 13.2.4. Il Patrimonio Netto dell'azienda
 - 13.2.5. Il Conto Economico
- 13.3. Sistemi informativi e *business intelligence*
 - 13.3.1. Concetto e classificazione
 - 13.3.2. Fasi e metodi della ripartizione dei costi
 - 13.3.3. Scelta del centro di costi ed effetti
- 13.4. Bilancio di previsione e controllo di gestione
 - 13.4.1. Il modello di bilancio
 - 13.4.2. Bilancio di Capitale
 - 13.4.3. Bilancio di Gestione
 - 13.4.5. Bilancio del Tesoro
 - 13.4.6. Controllo del bilancio
- 13.5. Direzione finanziaria
 - 13.5.1. Decisioni finanziarie dell'azienda
 - 13.5.2. Dipartimento finanziario
 - 13.5.3. Eccedenza di tesoreria
 - 13.5.4. Rischi associati alla direzione finanziaria
 - 13.5.5. Gestione dei rischi della direzione finanziaria
- 13.6. Pianificazione finanziaria
 - 13.6.1. Definizione della pianificazione finanziaria
 - 13.6.2. Azioni da effettuare nella pianificazione finanziaria
 - 13.6.3. Creazione e istituzione della strategia aziendale
 - 13.6.4. La tabella *Cash Flow*
 - 13.6.5. La tabella di flusso

- 13.7. Strategia Finanziaria d'Impresa
 - 13.7.1. Strategia aziendale e fonti di finanziamento
 - 13.7.2. Prodotti finanziari di finanziamento aziendale
- 13.8. Finanziamento strategico
 - 13.8.1. Autofinanziamento
 - 13.8.2. Aumento dei fondi propri
 - 13.8.3. Risorse ibride
 - 13.8.4. Finanziamenti tramite intermediari finanziari
- 13.9. Analisi e pianificazione finanziaria
 - 13.9.1. Analisi dello Stato Patrimoniale
 - 13.9.2. Analisi del Conto Economico
 - 13.9.3. Analisi del Rendimento
- 13.10. Analisi e risoluzione di casi/problemi
 - 13.10.1. Informazioni finanziarie di Industria di Disegno e Tessile, S.A. (INDITEX)

Modulo 14. *Management* Direttivo

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Concetto di General Management
 - 14.1.2. L'azione del General Management
 - 14.1.3. Il direttore generale e le sue funzioni
 - 14.1.4. Trasformazione del lavoro della direzione
- 14.2. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
 - 14.2.1. Il direttivo e le sue funzioni: La cultura organizzativa e i suoi approcci
- 14.3. Direzione di operazioni
 - 14.3.1. Importanza della direzione
 - 14.3.2. La catena di valore
 - 14.3.3. Gestione della qualità
- 14.4. Oratoria e preparazione dei portavoce
 - 14.4.1. Comunicazione interpersonale
 - 14.4.2. Capacità di comunicazione e influenza
 - 14.4.3. Barriere nella comunicazione
- 14.5. Strumenti di comunicazioni personali e organizzative
 - 14.5.1. Comunicazione interpersonale
 - 14.5.2. Strumenti della comunicazione interpersonale
 - 14.5.3. La comunicazione nelle imprese
 - 14.5.4. Strumenti nelle imprese
- 14.6. Comunicazione in situazioni di crisi
 - 14.6.1. Crisi
 - 14.6.2. Fasi della crisi
 - 14.6.3. Messaggi: contenuti e momenti
- 14.7. Preparazione di un piano di crisi
 - 14.7.1. Analisi dei potenziali problemi
 - 14.7.2. Pianificazione
 - 14.7.3. Adeguatezza del personale
- 14.8. *Branding* Personal
 - 14.8.1. Strategie per sviluppare il brand personale
 - 14.8.2. Leggi del branding personale
 - 14.8.3. Strumenti per la costruzione di brand personali
- 14.9. Leadership e gestione di team
 - 14.9.1. Leadership e stile di leadership
 - 14.9.2. Capacità e sfide del Leader
 - 14.9.3. Gestione dei Processi di Cambiamento
 - 14.9.4. Gestione di Team Multiculturali



Un'esperienza di specializzazione unica, chiave e decisiva per promuovere il tuo sviluppo professionale"

06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

In TECH applichiamo il Metodo Casistico

In una data situazione clinica, cosa dovrebbe fare il professionista? Durante il programma affronterai molteplici casi clinici simulati ma basati su pazienti reali, per risolvere i quali dovrai indagare, stabilire ipotesi e infine fornire una soluzione. Esistono molteplici prove scientifiche sull'efficacia del metodo. Gli specialisti imparano meglio e in modo più veloce e sostenibile nel tempo.

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo.



Secondo il dottor Gervas, il caso clinico è una presentazione con osservazioni del paziente, o di un gruppo di pazienti, che diventa un "caso", un esempio o un modello che illustra qualche componente clinica particolare, sia per il suo potenziale didattico che per la sua singolarità o rarità. È essenziale che il caso sia radicato nella vita professionale attuale, cercando di ricreare le condizioni reali nella pratica professionale del medico.

“

Sapevi che questo metodo è stato sviluppato ad Harvard nel 1912 per gli studenti di Diritto? Il metodo casistico consisteva nel presentare agli studenti situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giustificare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard”

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

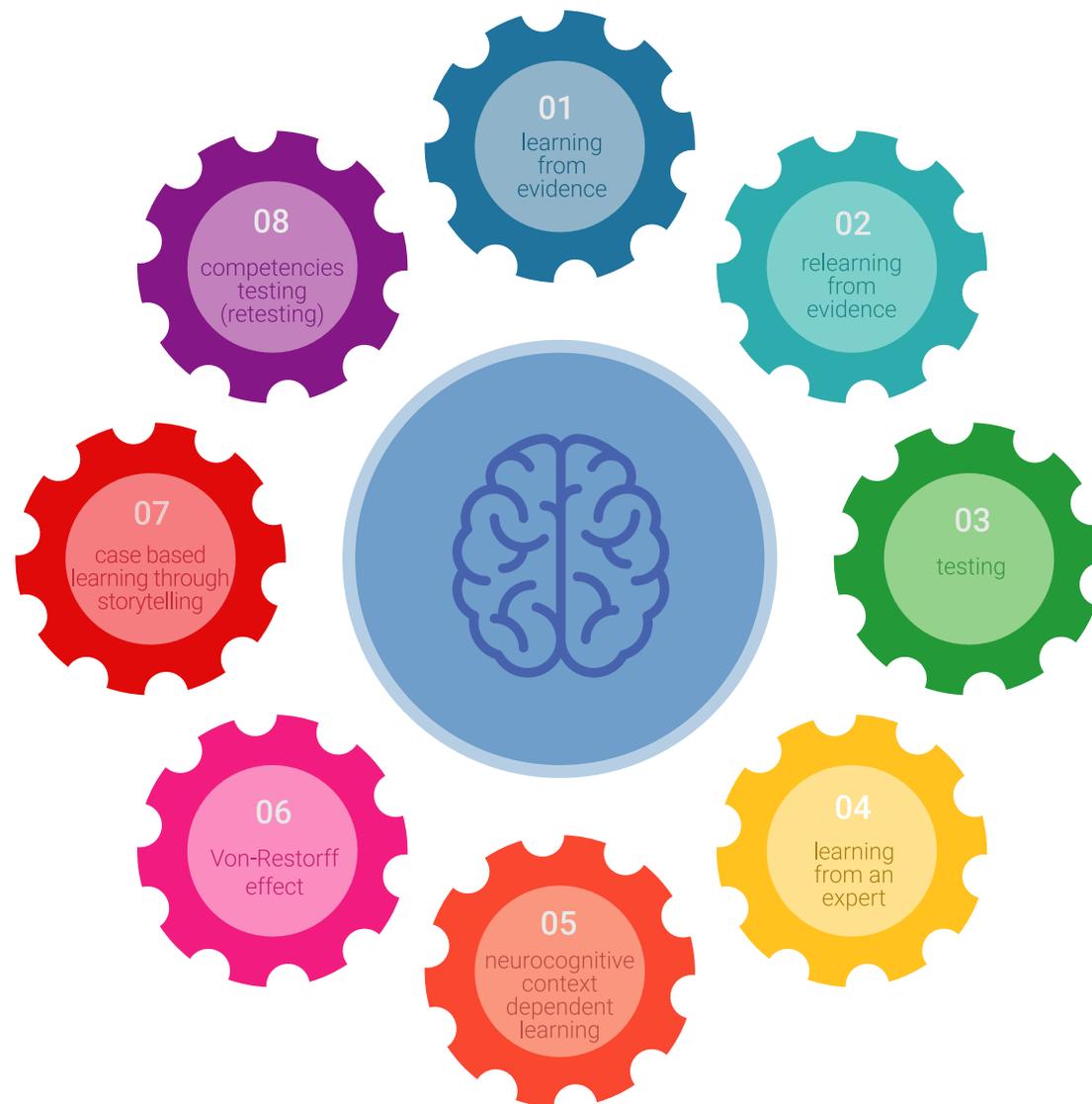
1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche, che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'approccio a situazioni nate dalla realtà rende più facile ed efficace l'assimilazione delle idee e dei concetti.
4. La sensazione di efficienza degli sforzi compiuti diventa uno stimolo molto importante per gli studenti e si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.



Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.



L'odontoiatra imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate grazie all'uso di software all'avanguardia per facilitare un apprendimento coinvolgente.

All'avanguardia della pedagogia mondiale, il metodo Relearning è riuscito a migliorare i livelli di soddisfazione generale dei professionisti che completano i propri studi, rispetto agli indicatori di qualità della migliore università online del mondo (Columbia University).

Con questa metodologia abbiamo formato più di 115.000 odontoiatri con un successo senza precedenti in tutte le specializzazioni cliniche indipendentemente dal carico chirurgico. La nostra metodologia pedagogica è stata sviluppata in un contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico.

Il punteggio complessivo del sistema di apprendimento di TECH è 8.01, secondo i più alti standard internazionali.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Tecniche e procedure in video

TECH avvicina l'alunno alle tecniche più innovative, progressi educativi e all'avanguardia delle tecniche odontoiatriche attuali. Il tutto in prima persona, con il massimo rigore, spiegato e dettagliato affinché tu lo possa assimilare e comprendere. E la cosa migliore è che puoi guardarli tutte le volte che vuoi.



Riepiloghi interattivi

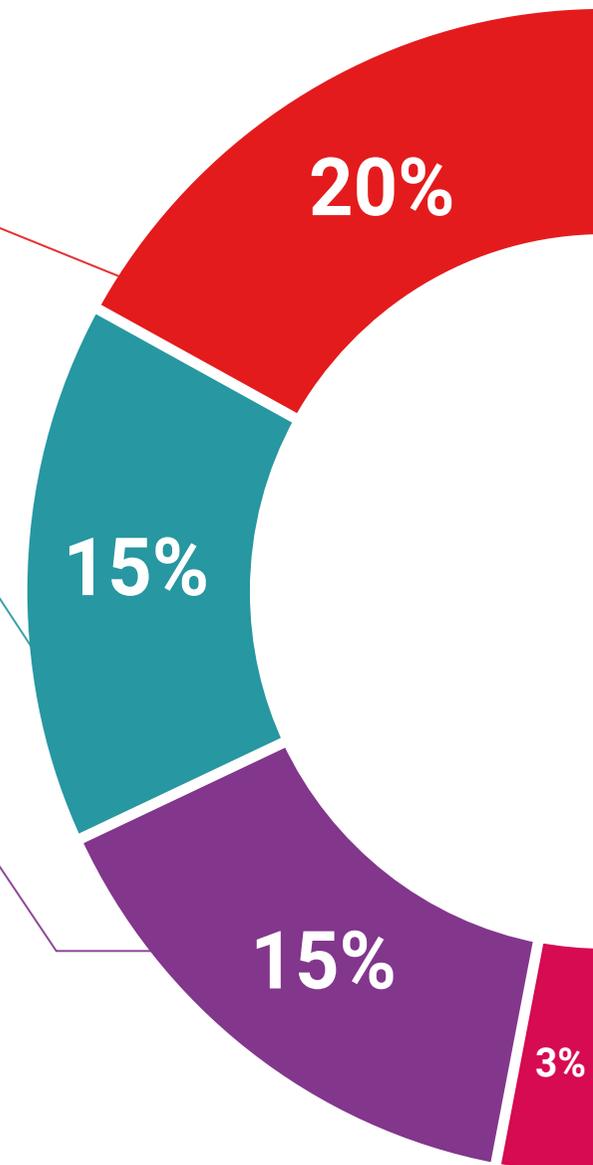
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

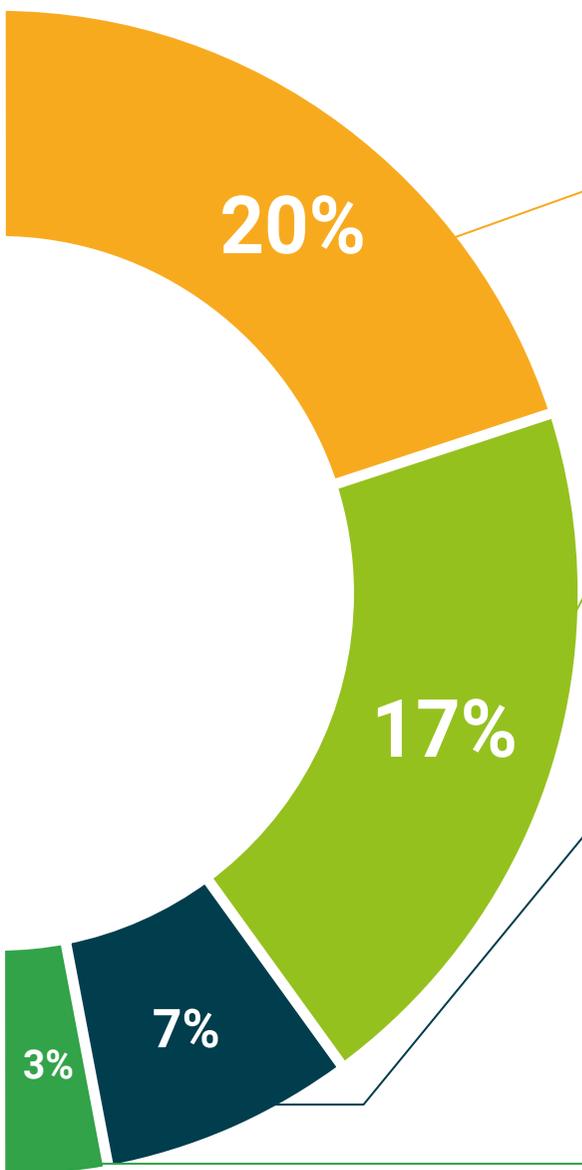
Questo sistema educativo, unico per la presentazione di contenuti multimediali, è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Analisi di casi elaborati e condotti da esperti

Un apprendimento efficace deve necessariamente essere contestuale. Per questa ragione, TECH ti presenta il trattamento di alcuni casi reali in cui l'esperto ti guiderà attraverso lo sviluppo dell'attenzione e della risoluzione di diverse situazioni: un modo chiaro e diretto per raggiungere il massimo grado di comprensione.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi. Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Guide di consultazione veloce

TECH ti offre i contenuti più rilevanti del corso in formato schede o guide di consultazione veloce. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



07

Titolo

L'MBA in Direzione di Cliniche Dentali garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica."



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **MBA in Direzione di Cliniche Dentali** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

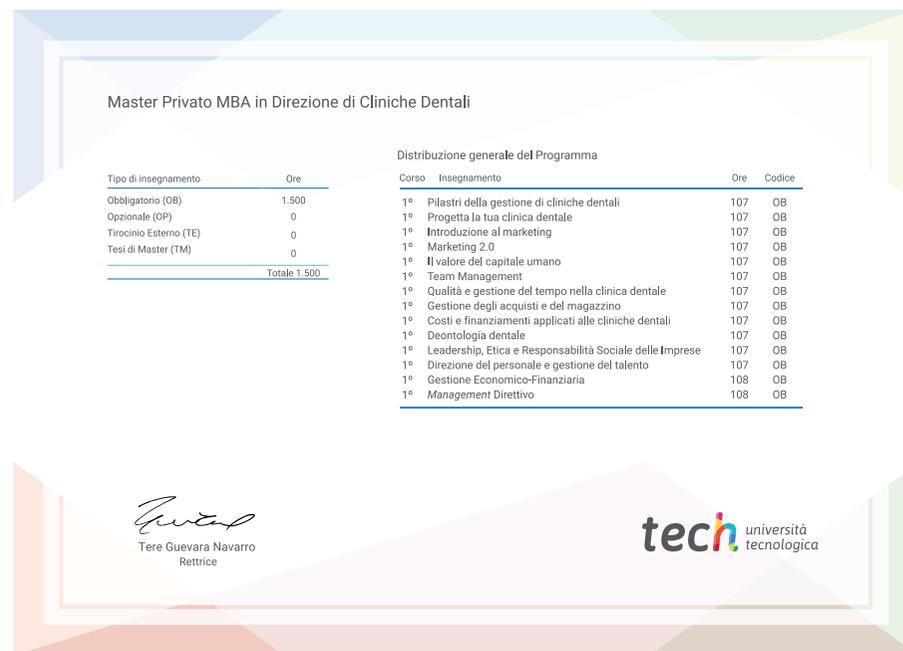
Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Privato** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Master Privato, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Privato MBA in Direzione di Cliniche Dentali**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Master Privato
MBA in Direzione
di Cliniche Dentali

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master Privato

MBA in Direzione
di Cliniche Dentali

