

Mastère Spécialisé

MBA en Direction de Cliniques Dentaires



Mastère Spécialisé

MBA en Direction de Cliniques Dentaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Global University
- » Accréditation: 90 ECTS
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/odontologie/master/master-mba-direction-cliniques-dentaires

Sommaire

01

Présentation

Page 4

02

Objectifs

Page 8

03

Compétences

Page 14

04

Direction de la formation

Page 18

05

Structure et contenu

Page 42

06

Méthodologie

Page 52

07

Diplôme

Page 60

01

Présentation

Le nombre croissant de diplômés en médecine dentaire et l'augmentation du nombre de cliniques dentaires qui ont vu le jour ces dernières années ont fait du secteur clinique-dentaire l'un des marchés les plus compétitifs qui existent aujourd'hui. Pour cette raison, il est essentiel que les odontologistes adoptent le rôle de gestionnaire et de directeur de leur clinique dentaire, et qu'ils se concentrent sur l'apprentissage des connaissances en matière de gestion d'entreprise et de gestion d'équipe qui garantiront la continuité de leur propre entreprise.



“

Améliorez vos connaissances en Direction de Cliniques Dentaires grâce à ce programme, où vous trouverez le meilleur support pédagogique didactique avec des études de cas réels. Apprenez les dernières avancées en matière de gestion de clinique pour pouvoir gérer des centres dentaires de qualité”

La Direction de Cliniques Dentaires a suscité un intérêt croissant ces dernières années, surtout chez les professionnels qui ont compris l'importance de savoir gérer correctement toutes les ressources dont ils disposent dans leur clinique dentaire afin d'en faire une entreprise d'avenir, avec une continuité qui ne peut être assurée qu'en appliquant les leviers appropriés de la gestion d'entreprise.

Dans ce nouvel environnement, l'accent sur la clinique dentaire en tant que structure organisationnelle est particulièrement important, et tous les domaines de gestion et de direction doivent être suivis et maîtrisés: ressources humaines, marketing, qualité, gestion du temps, planification et stratégie, comptabilité et coûts, etc.

Grâce à l'approche appliquée et structurée des contenus développés, l'objectif est que les étudiants acquièrent la capacité de faire face à leurs défis professionnels à partir d'une perspective différentielle en matière de gestion et de leadership, leur donnant ainsi un avantage clair pour réussir dans le cadre hautement compétitif du secteur dentaire.

Le programme est conçu pour fournir une spécialisation en ligne équivalente à 2.700 heures d'études. Toutes les connaissances théoriques et pratiques sont présentées par le biais d'applications en rapport direct avec les défis auxquels est confronté le gestionnaire d'une clinique dentaire au quotidien.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction de Cliniques Dentaires** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Développement de cas pratiques de gestion et de leadership présentés par des experts en gestion de cliniques dentaires
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique est conçu pour fournir une information rigoureuse et ciblée sur les domaines essentiels à la pratique professionnelle du manager
- ♦ Contient des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Système d'apprentissage interactif
- ♦ Tout cela sera complété par des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Chaque entreprise doit décider où et avec qui elle se positionne, de quelles ressources elle dispose et ce qu'elle compte en retirer”

“

Ce programme est peut-être le meilleur investissement que vous puissiez faire dans le choix d'un programme d'actualisation pour deux raisons: en plus de mettre à jour vos connaissances en Direction de Cliniques Dentaires, vous obtiendrez un diplôme de TECH Global University”

Son corps enseignant comprend des professionnels appartenant au domaine de la Direction de Cliniques Dentaires, qui apportent leur expérience professionnelle à cette spécialisation, ainsi que des spécialistes reconnus appartenant à des entreprises de premier plan, tant dans le secteur que dans des secteurs connexes.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, il permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un apprentissage immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le gestionnaire doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour cela, le professionnel sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus dans le domaine de la Direction de Cliniques Dentaires et possédant une grande expérience de l'enseignement.

Découvrez les dernières tendances en matière de direction de cliniques dentaires.

Développez vos compétences en gestion grâce à ce programme et améliorez vos compétences professionnelles.



02 Objectifs

Le programme en Direction de Cliniques Dentaires vise à promouvoir votre développement personnel et professionnel.





“

L'objectif principal de ce programme est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel en vous aidant à réussir en tant que gestionnaire de cliniques dentaires”



Objectifs généraux

- ♦ Utiliser des outils théoriques, méthodologiques et analytiques pour gérer et diriger de manière optimale leur propre activité clinique-dentaire, en se différenciant efficacement dans un environnement hautement concurrentiel
- ♦ Incorporer des compétences en matière de stratégie et de vision pour faciliter l'identification de nouvelles opportunités commerciales
- ♦ Favoriser l'acquisition de compétences personnelles et professionnelles qui encourageront les étudiants à entreprendre leurs propres projets d'entreprise avec plus de confiance et de détermination, aussi bien dans le cas de la création de leur propre entreprise clinique-dentaire que dans le cas de l'innovation dans le modèle de gestion et de direction de l'entreprise clinique-dentaire qu'ils possèdent déjà
- ♦ Professionnaliser le secteur clinico-dentaire par l'apprentissage continu et spécifique dans le secteur de la gestion et du management d'entreprise



*Mettez vos connaissances à jour
grâce au programme en Direction
de Cliniques Dentaires*



Objectifs spécifiques

Module 1. Piliers de la gestion de cliniques dentaires

- ♦ Décrire la situation actuelle et les tendances futures des modèles de gestion et de la gestion des affaires cliniques-dentaires au niveau international afin de pouvoir définir des objectifs et des stratégies de différenciation et de réussite
- ♦ Se familiariser avec la terminologie et les concepts propres au domaine de la gestion et du management d'entreprise pour les appliquer efficacement aux entreprises cliniques dentaires
- ♦ Découvrir et analyser les points clés des modèles commerciaux réussis des principales cliniques dentaires afin d'accroître la motivation, l'inspiration et l'esprit stratégique des futurs gestionnaires

Module 2. Conception de votre clinique dentaire

- ♦ Apprendre à identifier et à décrire efficacement la proposition de valeur commerciale de la pratique dentaire comme une base solide pour établir une stratégie de marketing et de vente ultérieure
- ♦ Apprenez la méthode de validation pour la création et l'innovation des modèles d'affaires les plus couramment utilisés dans tous les secteurs d'activité, avec une application pratique et spécifique dans le secteur des cliniques dentaires

Module 3. Introduction au Marketing

- ♦ Décrire le langage, les concepts, les outils et la logique du marketing en tant qu'activité commerciale clé pour la croissance et le positionnement de l'entreprise clinique-dentaire

Module 4. Marketing 2.0

- ♦ Étudier en profondeur les outils de communication numérique qu'il est essentiel de maîtriser en cette ère 2.0, afin de s'assurer que la proposition de valeur de la clinique dentaire atteigne ses patients cibles par les canaux les plus appropriés
- ♦ Concevoir des campagnes de marketing et de communication visant des objectifs spécifiques, en étant capable de mesurer leur impact au moyen de paramètres faciles à interpréter

Module 5. La valeur du capital humain

- ♦ Acquérir des compétences de gestion fondées sur le leadership qui facilitent une communication efficace avec l'équipe, favorisant la création d'un environnement de travail sain axé sur des objectifs communs et l'obtention de résultats
- ♦ Apprenez les concepts fondamentaux de la gestion des ressources humaines pour mener les processus de recrutement et protéger le talent de l'équipe qui compose la clinique dentaire
- ♦ Apprendre à répartir les tâches en fonction de la définition des rôles, favorisant ainsi un environnement de travail sain, équilibré et productif

Module 6. Gestion des équipes

- ♦ Développer une méthode efficace de gestion d'équipe, de prise de décision et de résolution de conflits basée sur le modèle d'intelligence émotionnelle et les techniques de coaching organisationnel
- ♦ Réfléchir aux caractéristiques du leader dans les organisations et renforcer les compétences de gestion pour un leadership réussi en appliquant les dernières techniques de coaching et d'intelligence émotionnelle

Module 7. Qualité et gestion du temps dans la clinique dentaire

- ♦ Concevoir des procédures de travail axées sur un modèle de productivité et de qualité pour la clinique dentaire, basé sur la philosophie de l'amélioration continue
- ♦ Utiliser des outils numériques qui facilitent la planification et la gestion efficaces des tâches de la clinique dentaire, ce qui permet de réaliser d'importantes économies à court terme

Module 8. Gestion des achats et des entrepôts

- ♦ Appliquer les outils et les procédures de travail indispensables à une gestion optimale des achats et des entrepôts de ressources, ce qui permet d'éviter les flux improductifs de dépenses
- ♦ Développer des compétences en matière de négociation pour traiter avec les fournisseurs, les clients et la direction de l'équipe dans le but d'obtenir des résultats positifs win-win

Module 9. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires

- ♦ Maîtriser les principaux outils financiers pour faciliter les décisions clés fondées sur des données objectives
- ♦ Acquérir des connaissances importantes sur l'analyse des coûts afin de comprendre l'état actuel de votre entreprise en termes de rentabilité et de pouvoir définir des scénarios futurs

Module 10. Soins dentaires

- ♦ Expliquer les principaux devoirs et obligations morales liés à l'évolution du professionnel dentaire dans l'environnement de l'entreprise, en mettant l'accent sur les soins aux patients

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- ♦ Analyser l'impact de la mondialisation sur la gouvernance et le gouvernement d'entreprise
- ♦ Évaluer l'importance d'un leadership efficace dans la gestion et la réussite des entreprises
- ♦ Définir des stratégies de gestion interculturelle et leur pertinence dans des environnements commerciaux diversifiés
- ♦ Développer des compétences en matière de leadership et comprendre les défis actuels auxquels sont confrontés les dirigeants
- ♦ Déterminer les principes et les pratiques de l'éthique des affaires et leur application dans la prise de décision au sein de l'entreprise
- ♦ Structurer des stratégies pour la mise en œuvre et l'amélioration de la durabilité et de la responsabilité sociale dans les entreprises

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

- ♦ Déterminer la relation entre l'orientation stratégique et la gestion des ressources humaines
- ♦ Approfondir les compétences requises pour une gestion efficace des ressources humaines basée sur les compétences
- ♦ Approfondir les méthodologies d'évaluation et de gestion des performances
- ♦ Intégrer les innovations en matière de gestion des talents et leur impact sur la rétention et la fidélisation du personnel
- ♦ Développer des stratégies de motivation et de développement d'équipes performantes
- ♦ Proposer des solutions efficaces pour la gestion du changement et la résolution des conflits dans les organisations





Module 13. Gestion Économique et Financière

- ♦ Analyser l'environnement macroéconomique et son influence sur le système financier international
- ♦ Définir les systèmes d'information et la Business Intelligence pour la prise de décision financière
- ♦ Faire la différence entre les décisions financières clés et la gestion des risques dans la gestion financière
- ♦ Évaluer les stratégies de planification financière et d'obtention de financements pour les entreprises

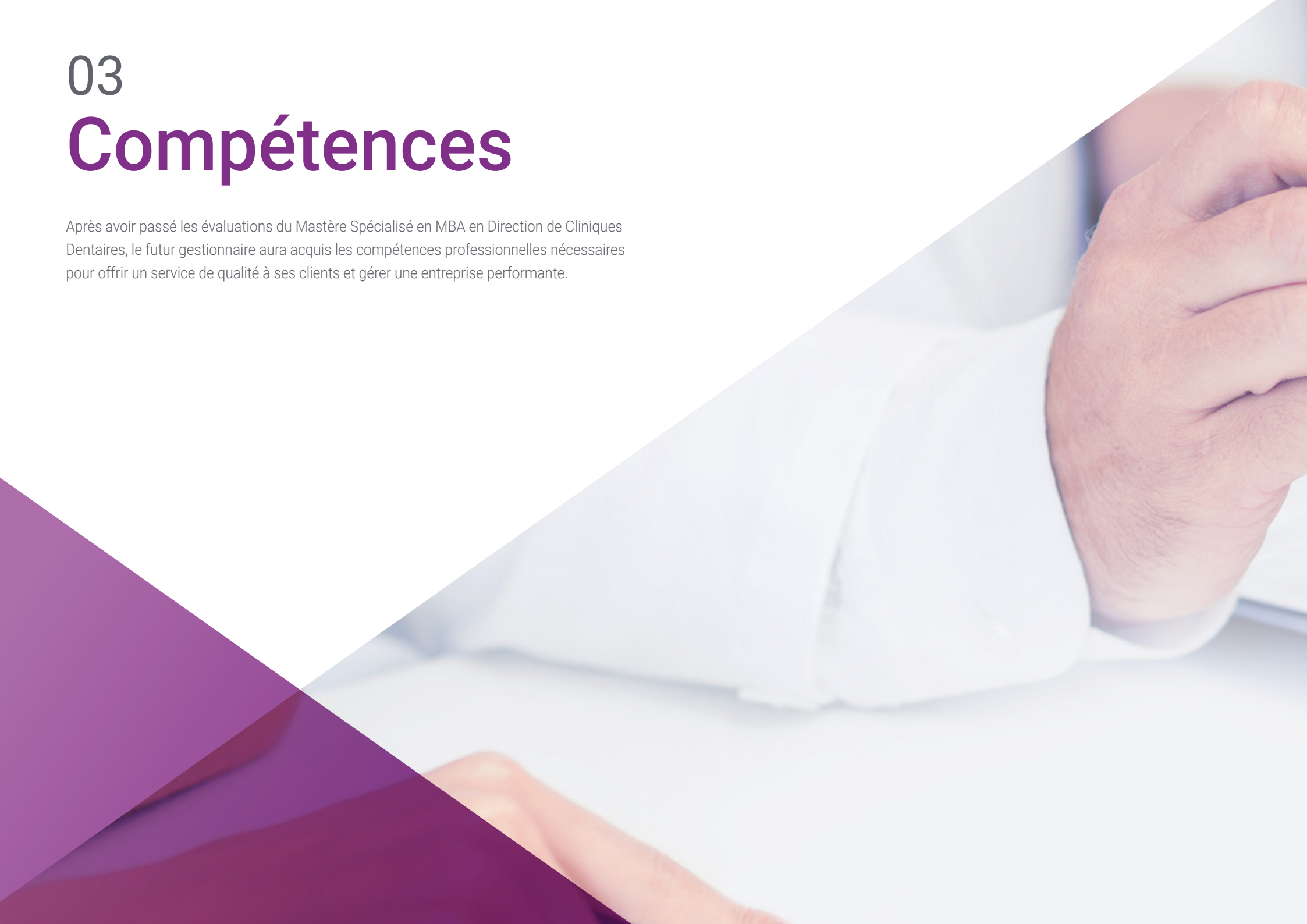
Module 14. *Management Exécutif*

- ♦ Définir le concept de Direction Générale et sa pertinence dans la gestion d'entreprise
- ♦ Évaluer les rôles et les responsabilités de la direction dans la culture organisationnelle
- ♦ Analyser l'importance de la gestion des opérations et de la gestion de la qualité dans la chaîne de valeur
- ♦ Développer des compétences en matière de communication interpersonnelle et de prise de parole en public pour la formation des porte-paroles

03

Compétences

Après avoir passé les évaluations du Mastère Spécialisé en MBA en Direction de Cliniques Dentaires, le futur gestionnaire aura acquis les compétences professionnelles nécessaires pour offrir un service de qualité à ses clients et gérer une entreprise performante.



“

*Nous vous accompagnons dans
le processus de création et de
développement de votre entreprise
afin qu'elle devienne un projet solide
avec des perspectives de croissance”*



Compétences générales

- ♦ Maîtriser et interpréter des connaissances qui offrent à l'apprenant la possibilité d'être original dans le développement du modèle d'entreprise
- ♦ Appliquer les techniques, les stratégies et les compétences en matière de résolution de problèmes dans des environnements nouveaux ou non familiers dans des contextes multidisciplinaires liés au secteur clinique dentaire
- ♦ Effectuer des analyses et des synthèses, grâce auxquelles ils améliorent leurs capacités de prise de décision dans le domaine de la gestion des entreprises
- ♦ Communiquer vos résultats de manière claire et sans ambiguïté





Compétences spécifiques

- ♦ Hiérarchiser le rôle de chacun des membres de l'équipe au sein de la clinique dentaire
- ♦ Gérer correctement les stratégies existantes pour intégrer, récompenser et attirer les talents en matière de capital humain
- ♦ Appliquer efficacement les modalités de recrutement pour gérer la paie et ainsi parvenir à une formation correcte de la rémunération des membres de l'équipe du cabinet dentaire
- ♦ Définir des protocoles d'action permettant la réalisation correcte des tâches dans la clinique dentaire, en intégrant des outils de suivi pour le contrôle et l'évaluation de l'application de ces protocoles
- ♦ Réaliser des enquêtes de satisfaction pour développer et mettre en œuvre des améliorations adaptées aux besoins des patients de la clinique dentaire
- ♦ Identifier les types de coûts qui surviennent dans une clinique dentaire afin de calculer le coût horaire de ces derniers et d'établir la tarification appropriée
- ♦ Calculez les principaux ratios de viabilité d'un projet de création d'une clinique dentaire
- ♦ Détecter et anticiper les nouvelles tendances de gestion dans le secteur des cliniques dentaires
- ♦ Savoir développer la meilleure stratégie d'entreprise en fonction des objectifs à atteindre
- ♦ Savoir gérer et diriger une équipe de travail dans le secteur clinique-dentaire
- ♦ Organiser et mettre en œuvre la fonction achat dans une clinique
- ♦ Définir et évaluer les processus de sélection, d'approvisionnement et de fourniture des fournisseurs, en contribuant à assurer le flux des matériaux nécessaires au bon fonctionnement de la clinique
- ♦ Contrôler les stocks de manière efficace, améliorant ainsi la gestion des actifs fixes
- ♦ Négocier intelligemment et simplement pour obtenir les conditions les plus favorables pour le développement correct de la clinique dentaire
- ♦ Développer la profession dentaire à partir de bases éthiques et morales



L'évolution du monde des affaires s'accompagne de la nécessité d'acquérir certaines compétences en matière de gestion. C'est pourquoi tout manager, ou aspirant manager, doit constamment mettre à jour et améliorer ses compétences en matière de gestion

04

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend d'éminents spécialistes en Direction de Cliniques Dentaires et d'autres domaines connexes, qui apportent l'expérience de leur travail à cette spécialisation. En outre, d'autres spécialistes au prestige reconnu participent à sa conception et à sa préparation, complétant ainsi le programme de manière interdisciplinaire.



“

Apprenez des professionnels de premier plan, les dernières avancées en matière de Direction de Cliniques Dentaires”

Directeur invité international

Chyree Heirs-Alexandre est une Spécialiste de la **Gestion de la Santé Publique** qui possède une grande expérience dans la gestion des opérations des cabinets médicaux. En tant que Directrice du **Centre Médical Familial de Worcester** aux États-Unis, elle a travaillé à l'amélioration de la santé et du bien-être des habitants de cette ville. Elle a notamment offert son aide à des populations culturellement diverses en leur donnant accès à des **services sociaux** et à des **soins primaires**. Son objectif est de garantir des soins abordables, de qualité et complets, quelle que soit la capacité de paiement des patients.

Son engagement permanent en faveur de la **Santé Publique** l'a conduit à défendre l'idée que les services et les politiques de santé devraient être orientés vers le bien-être et la qualité de vie. À ce titre, elle a occupé le poste de **Directrice Adjointe de la Gestion de la Pratique** au **Centre de Santé de Brockton Neighbourhood**. À ce poste, elle a approfondi ses compétences en matière de coordination des activités des centres médicaux.

En tant que spécialiste de ce secteur, Heirs-Alexandre vise à fournir une gestion efficace des soins de santé, basée sur les outils et stratégies organisationnels les plus récents. A ce titre, elle est intervenue dans des domaines très variés pour **promouvoir la santé et prévenir les maladies au sein des communautés**. C'est ainsi qu'en 2020, elle a participé aux efforts de vaccination lors de la pandémie de COVID-19, en assurant l'accès de tous à la vaccination contre la maladie.

Certaines de ses principales fonctions ont consisté à collaborer à des programmes de **prévention des maladies** et à la promotion d'habitudes saines, entre autres. En outre, Chyree Heirs-Alexandre est Directrice associée et **Chef des Opérations** à l'École d'Odontologie de Harvard. À ce titre, elle est chargée de gérer les activités quotidiennes et le personnel de soutien du centre.



Mme Heirs-Alexandre, Chyree

- ♦ Directrice Responsable des Opérations à l'École d'Odontologie de Harvard, Boston, États-Unis
- ♦ Fondatrice de la société Orchids in Bloom Credentialing Company
- ♦ Directrice des Opérations Cliniques au Centre de Santé Familial de Worcester
- ♦ Directrice Assistante de la Gestion de la Pratique au Brockton Neighborhood Health Center
- ♦ Coordinatrice de l'Accréditation à Stamford Health
- ♦ Spécialiste de l'Accréditation chez NextGen Healthcare
- ♦ Coordinatrice des Opérations de Santé au Centre de Restauration des Veines-Industrie Médicale d'Entreprise
- ♦ Assistante Clinique à l'Hôpital de Stamford
- ♦ Master en Santé Publique de l'Université du Southern New Hampshire
- ♦ Diplôme en Administration des Soins de Santé du Charter Oak State College

“

*Grâce à TECH, vous
pourrez apprendre avec les
meilleurs professionnels
du monde”*

Directeur invité international

Avec plus de 20 ans d'expérience dans la conception et la direction d'équipes mondiales d'acquisition de talents, Jennifer Dove est une experte du **recrutement** et de la **stratégie dans le domaine des technologies**. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes à responsabilité dans plusieurs organisations technologiques au sein d'entreprises figurant au classement *Fortune 50*, notamment **NBCUniversal** et **Comcast**. Son parcours lui a permis d'exceller dans des environnements compétitifs et à forte croissance.

En tant que Vice-présidente de l'Acquisition des Talents chez **Mastercard**, elle supervise la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les **Ressources Humaines** afin d'atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. En particulier, elle vise à constituer des équipes diversifiées, inclusives et **très performantes** qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. En outre, elle est experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs collaborateurs du monde entier. Elle est également chargée d'amplifier la **marque employeur** et la proposition de valeur de **Mastercard** par le biais de publications, d'événements et de médias sociaux.

Jennifer Dove a démontré son engagement en faveur d'un développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des **Ressources Humaines** et en aidant à recruter de nombreux employés dans différentes entreprises. Après avoir obtenu une licence en **Communication Organisationnelle** à l'Université de Miami, elle a occupé des postes de recruteuse senior dans des entreprises de divers domaines.

D'autre part, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à **intégrer la technologie** dans les **processus de recrutement** et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions aux défis à venir. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de **bien-être au travail** qui ont permis d'accroître de manière significative la satisfaction et la fidélisation des employés.



Mme Dove, Jennifer

- Vice-présidente de l'Acquisition des Talents chez Mastercard, New York, États-Unis
- Directrice de l'Acquisition des Talents chez NBCUniversal, New York, États-Unis
- Responsable de la Sélection du Personnel chez Comcast
- Directrice de la Sélection du Personnel chez Rite Hire Advisory
- Vice-présidente de la Division des Ventes chez Ardor NY Real Estate
- Directrice de la Sélection du Personnel chez Valerie August & Associates
- Directrice des Comptes chez BNC
- Directrice des Comptes chez Vault
- Diplôme en Communication Organisationnelle de l'Université de Miami



Une expérience de formation unique, clé et décisive pour booster votre développement professionnel

Directeur invité international

Leader dans le domaine de la technologie, Rick Gauthier a acquis des décennies d'expérience au sein de **grandes multinationales technologiques**, et s'est distingué dans le domaine des **services en nuage** et de l'amélioration des processus de bout en bout. Il a été reconnu comme un leader et un gestionnaire d'équipes très efficaces, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un niveau élevé d'engagement parmi ses employés.

Il est doué pour la stratégie et l'innovation exécutive, développant de nouvelles idées et étayant ses succès par des données de qualité. Son expérience chez **Amazon** lui a permis de gérer et d'intégrer les services informatiques de l'entreprise aux États-Unis. Chez **Microsoft** il a dirigé une équipe de 104 personnes, chargée de fournir une infrastructure informatique à l'échelle de l'entreprise et de soutenir les départements d'ingénierie des produits dans l'ensemble de l'entreprise.

Cette expérience lui a permis de se distinguer en tant que manager à fort impact, doté de remarquables capacités à accroître l'efficacité, la productivité et la satisfaction globale des clients.



M. Gauthier, Rick

- ♦ Responsable régional des Technologies de l'Information chez Amazon, Seattle, États-Unis
- ♦ Directeur de programme senior chez Amazon
- ♦ Vice-président de Wimmer Solutions
- ♦ Directeur principal des services d'ingénierie de production chez Microsoft
- ♦ Diplôme en Cybersécurité de la Western Governors University
- ♦ Certificat Technique en *Commercial Diving* de Divers Institute of Technology
- ♦ Diplôme en Études Environnementales de l'Evergreen State College

“

Profitez de l'occasion pour vous informer sur les derniers développements dans ce domaine afin de les appliquer à votre pratique quotidienne”

Directeur invité international

Romi Arman est un expert international de renom qui compte plus de vingt ans d'expérience dans les domaines de la **Transformation Numérique**, du **Marketing**, de la **Stratégie** et du **Conseil**. Tout au long de sa longue carrière, il a pris de nombreux risques et est un **défenseur** constant de l'**innovation** et du **changement** dans l'environnement professionnel. Fort de cette expertise, il a travaillé avec des PDG et des organisations d'entreprises du monde entier, les poussant à s'éloigner des modèles d'entreprise traditionnels. Ce faisant, il a aidé des entreprises comme Shell Energy à devenir de **véritables leaders du marché**, axés sur leurs clients et le **monde numérique**.

Les stratégies conçues par Arman ont un impact latent, car elles ont permis à plusieurs entreprises d'**améliorer l'expérience des consommateurs**, du **personnel** et des **actionnaires**. Le succès de cet expert est quantifiable par des mesures tangibles telles que le **CSAT**, l'**engagement des employés** dans les institutions où il a travaillé et la croissance de l'**indicateur financier EBITDA** dans chacune d'entre elles.

De plus, au cours de sa carrière professionnelle, il a nourri et **dirigé des équipes très performantes** qui ont même été récompensées pour leur **potentiel de transformation**. Chez Shell, en particulier, le dirigeant s'est toujours efforcé de relever trois défis: répondre aux **demandes** complexes des clients en matière de **décarbonisation**, soutenir une "**décarbonisation rentable**" et **réorganiser** un paysage fragmenté sur le plan des **données**, **numérique** et de la **technologie**. Ainsi, ses efforts ont montré que pour obtenir un succès durable, il est essentiel de partir des besoins des consommateurs et de jeter les bases de la transformation des processus, des données, de la technologie et de la culture.

D'autre part, le dirigeant se distingue par sa maîtrise des **applications commerciales** de l'**Intelligence Artificielle**, sujet dans lequel il est titulaire d'un diplôme post-universitaire de l'École de Commerce de Londres. Parallèlement, il a accumulé de l'expérience dans les domaines de l'**IoT** et de **Salesforce**.



M. Arman, Romi

- Directeur de la Transformation Numérique (CDO) chez Shell Energy Corporation, Londres, Royaume-Uni
- Directeur Mondial du Commerce Électronique et du Service à la Clientèle chez Shell Energy Corporation
- Gestionnaire National des Comptes Clés (équipementiers et détaillants automobiles) pour Shell à Kuala Lumpur, Malaisie
- Consultant en Gestion Senior (Secteur des Services Financiers) pour Accenture basé à Singapour
- Licence de l'Université de Leeds
- Diplôme Supérieur en Applications Commerciales de l'IA pour les Cadres Supérieurs de l'École de Commerce de Londres
- Certification Professionnelle en Expérience Client CCXP
- Cours de Transformation Numérique pour les Cadres de l'IMD

“

Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances grâce à une formation de la plus haute qualité? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale”

Directeur invité international

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, elle a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que l'**intégrité des données de base**, les **mise à jour des données des fournisseurs** et la **hiérarchisation** des données des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

Avec plus de dix ans d'expérience dans la fourniture de solutions numériques et de leadership pour des entreprises de divers secteurs, il possède une vaste expérience dans tous les aspects de la fourniture de solutions stratégiques, y compris le **Marketing**, l'**analyse des médias**, la **mesure** et l'**attribution**. Il a d'ailleurs reçu plusieurs prix pour son travail, notamment le **Prix du Leadership BIM**, le **Prix du Leadership en matière de Recherche**, le **Prix du Programme de Génération de Leads à l'Exportation** et le **Prix du Meilleur Modèle de Vente pour la région EMEA**.

M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste de **Analyste Principal** en Industrie à Hambourg, en Allemagne, où il a créé des scénarios pour plus de 150 clients à l'aide d'outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des **facteurs macroéconomiques et politiques/réglementaires** affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

Il a également dirigé des équipes dans des entreprises telles que **Eaton**, **Airbus** et **Siemens**, où il a acquis une expérience précieuse en matière de gestion des comptes et de la chaîne d'approvisionnement. Il est particulièrement réputé pour dépasser continuellement les attentes en **établissant des relations précieuses avec les clients** et en **travaillant de manière transparente avec des personnes à tous les niveaux d'une organisation**, y compris les parties prenantes, la direction, les membres de l'équipe et les clients. Son approche fondée sur les données et sa capacité à développer des solutions innovantes et évolutives pour relever les défis de l'industrie ont fait de lui un leader éminent dans son domaine.



M. Arens, Manuel

- Directeur des Achats Globaux chez Google, Mountain View, États-Unis
- Responsable principal de l'Analyse et de la Technologie B2B chez Google, États-Unis
- Directeur des ventes chez Google, Irlande
- Analyste Industriel Senior chez Google, Allemagne
- Gestionnaire des comptes chez Google, Irlande
- Account Payable chez Eaton, Royaume-Uni
- Responsable de la Chaîne d'Approvisionnement chez Airbus, Allemagne

“

Optez pour TECH! Vous aurez accès au meilleur matériel didactique, à la pointe de la technologie et de l'éducation, mis en œuvre par des spécialistes de renommée internationale dans ce domaine”

Directeur invité international

Andrea La Sala est un cadre expérimenté en Marketing dont les projets ont eu un impact significatif sur l'environnement de la Mode. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux Produits, au Merchandising et à la Communication. Tout cela, lié à des marques prestigieuses telles que Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre autres.

Les résultats de ce manage de haut niveau international sont liés à sa capacité avérée à synthétiser les informations dans des cadres clairs et à exécuter des actions concrètes alignées sur des objectifs commerciaux spécifiques. En outre, il est reconnu pour sa proactivité et sa capacité à s'adapter à des rythmes de travail rapides. À tout cela, cet expert ajoute une forte conscience commerciale, une vision du marché et une véritable passion pour les produits.

En tant que Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani, il a supervisé une variété de stratégies de Marketing pour l'habillement et les accessoires. Ses tactiques se sont également concentrées sur les besoins et le comportement des détaillants et des consommateurs. Dans ce cadre, La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que chef d'équipe dans les services de Design, de Communication et de Ventes.

D'autre part, dans des entreprises telles que Calvin Klein ou Gruppo Coin, il a entrepris des projets visant à stimuler la structure, le développement et la commercialisation de différentes collections. Parallèlement, il a été chargé de créer des calendriers efficaces pour les campagnes d'achat et de vente. Il a également été chargé des conditions, des coûts, des processus et des délais de livraison pour les différentes opérations.

Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des dirigeants d'entreprise les plus qualifiés dans le secteur de la Mode et du Luxe. Une grande capacité managériale qui lui a permis de mettre en œuvre efficacement le positionnement positif de différentes marques et de redéfinir leurs indicateurs clés de performance (KPI).



M. La Sala, Andrea

- Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising Armani Exchange chez Giorgio Armani, Milan, Italie
- Directeur du Merchandising chez Calvin Klein
- Chef de Marque chez Gruppo Coin
- Brand Manager chez Dolce&Gabbana
- Brand Manager chez Sergio Tacchini S.p.A.
- Analyste de Marché chez Fastweb
- Diplômé en Business and Economics à l'Université degli Studi du Piémont Oriental



Les professionnels les plus qualifiés et les plus expérimentés au niveau international vous attendent à TECH pour vous offrir un enseignement de premier ordre, actualisé et fondé sur les dernières données scientifiques. Qu'attendez-vous pour vous inscrire?"

Directeur invité international

Mick Gram est synonyme d'innovation et d'excellence dans le domaine de l'**Intelligence des Affaires** au niveau international. Sa carrière réussie est liée à des postes de direction dans des multinationales telles que **Walmart** et **Red Bull**. Il est également connu pour sa capacité à **identifier les technologies émergentes** qui, à long terme, auront un impact durable sur l'environnement des entreprises.

D'autre part, le dirigeant est considéré comme un **pionnier** dans l'**utilisation de techniques de visualisation de données** qui simplifient des ensembles complexes, les rendent accessibles et facilitent la prise de décision. Cette compétence est devenue le pilier de son profil professionnel, le transformant en un atout recherché par de nombreuses organisations qui misent sur la **collecte d'informations** et la **création d'actions** concrètes à partir de celles-ci.

L'un de ses projets les plus remarquables de ces dernières années a été la **plateforme Walmart Data Cafe**, la plus grande de ce type au monde, ancrée dans le nuage pour l'**analyse des Big Data**. En outre, il a occupé le poste de **Directeur de la Business Intelligence** chez **Red Bull**, couvrant des domaines tels que les **Ventes, la Distribution, le Marketing et les Opérations de la Chaîne d'Approvisionnement**. Son équipe a récemment été récompensée pour son innovation constante dans l'utilisation de la nouvelle API de Walmart Luminare pour les *insights* sur les Acheteurs et les Canaux de distribution.

En ce qui concerne sa formation, le cadre possède plusieurs Masters et études supérieures dans des centres prestigieux tels que l'**Université de Berkeley**, aux États-Unis et l'**Université de Copenhague**, au Danemark. Grâce à cette mise à jour continue, l'expert a acquis des compétences de pointe. Il est ainsi considéré comme un **leader né de la nouvelle économie mondiale**, centrée sur la recherche de données et ses possibilités infinies.



M. Gram, Mick

- Directeur de la *Business Intelligence* et des Analyses chez Red Bull, Los Angeles, États-Unis
- Architecte de solutions de *Business Intelligence* pour Walmart Data Cafe
- Consultant indépendant de *Business Intelligence* et de *Data Science*
- Directeur de *Business Intelligence* chez Capgemini
- Analyste en Chef chez Nordea
- Consultant en Chef de *Business Intelligence* pour SAS
- Executive Education en IA et Machine Learning au UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce à l'Université de Copenhague
- Licence et Master en Mathématiques et Statistiques à l'Université de Copenhague



Étudiez dans la meilleure université en ligne du monde selon Forbes! Dans ce MBA, vous aurez accès à une vaste bibliothèque de ressources multimédias, élaborées par des professeurs de renommée internationale”

Directeur invité international

Scott Stevenson est un éminent expert en **Marketing Numérique** qui, pendant plus de 19 ans, a travaillé pour l'une des sociétés les plus puissantes de l'industrie du divertissement, **Warner Bros. Discovery**. À ce titre, il a joué un rôle essentiel dans la **supervision de la logistique** et des **flux de travail créatifs** sur de multiples plateformes numériques, y compris les médias sociaux, la recherche, le *display* et les médias linéaires.

Son leadership a été déterminant dans la mise en place de **stratégies de production de médias payants**, ce qui a entraîné une nette **amélioration des taux de conversion** de son entreprise. Parallèlement, il a assumé d'autres fonctions telles que celles de Directeur des Services Marketing et de Responsable du Trafic au sein de la même multinationale pendant la période où il occupait un poste de direction.

Stevenson a également participé à la distribution mondiale de jeux vidéo et de **campagnes de propriété numérique**. Il a également été responsable de l'introduction de stratégies opérationnelles liées à l'élaboration, à la finalisation et à la diffusion de contenus sonores et visuels pour les **publicités télévisées** et les **bandes-annonces**.

En outre, il est titulaire d'une Licence en Télécommunications de l'Université de Floride et d'un Master en Création Littéraire de l'Université de Californie, ce qui témoigne de ses compétences en matière de **communication** et de **narration**. En outre, il a participé à l'École de Développement Professionnel de l'Université de Harvard à des programmes de pointe sur l'utilisation de **l'Intelligence Artificielle** dans le monde des **affaires**. Son profil professionnel est donc l'un des plus pertinents dans le domaine actuel du **Marketing** et des **Médias Numériques**.



M. Stevenson, Scott

- Directeur du Marketing Numérique chez Warner Bros. Discovery, Burbank, États-Unis
- Responsable du Trafic chez Warner Bros. Entertainment
- Master en Création Littéraire de l'Université de Californie
- Licence en Télécommunications de l'Université de Floride

“

Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde!

Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage”

Directeur invité international

Le Docteur Eric Nyquist est un grand professionnel du **sport international**, qui a construit une carrière impressionnante, reconnue pour son **leadership stratégique** et sa capacité à conduire le changement et l'**innovation** dans les **organisations sportives** de classe mondiale.

En effet, il a occupé des postes à responsabilité tels que celui de **Directeur de la Communication et de l'Impact** à la NASCAR, basée en **Floride, États-Unis**. Fort de ses nombreuses années d'expérience à la NASCAR, le Docteur Nyquist a également occupé un certain nombre de postes de direction, dont ceux de premier **Vice-président Senior du Développement Stratégique** et de **Directeur Général des Affaires Commerciales**, gérant plus d'une douzaine de disciplines allant du **développement stratégique** au **Marketing du divertissement**.

Nyquist a également marqué de son empreinte les **franchises sportives** les plus importantes de Chicago. En tant que **Vice-président Exécutif** des franchises des **Chicago Bulls** et des **Chicago White Sox**, il a démontré sa capacité à mener à **bien des affaires** et des **stratégies** dans le monde du **sport professionnel**.

Enfin, il a commencé sa carrière **dans le sport** en travaillant à **New York** en tant qu'**analyste stratégique principal** pour Roger Goodell au sein de la **Ligue Nationale de Football (NFL)** et, avant cela, en tant que **Stagiaire Juridique** auprès de la **Fédération Américaine de Football**.



Dr Nyquist, Eric

- Directeur de la Communication et de l'Impact à la NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président Principal du Développement Stratégique à la NASCAR
- Vice-président de la Planification Stratégique à la NASCAR
- Directeur Général des Affaires Commerciales de NASCAR
- Vice-président Exécutif des Franchises des White Sox de Chicago
- Vice-président Exécutif des Franchises des Chicago Bulls
- Responsable de la Planification Commerciale à la Ligue Nationale de Football (NFL)
- Affaires Commerciales/Stagiaire Juridique à la Fédération Américaine de Football
- Doctorat en Droit de l'Université de Chicago
- Master en Administration des Affaires - MBA de l'École de Commerce Booth de l'Université de Chicago
- Licence en Économie Internationale du Carleton College

“

Grâce à ce diplôme universitaire 100% en ligne, vous pourrez combiner vos études avec vos obligations quotidiennes, avec l'aide des meilleurs experts internationaux dans le domaine qui vous intéresse. Inscrivez-vous dès maintenant!”

Direction



M. Guillot, Jaime

- ♦ Entrepreneur et Investisseur Web3
- ♦ CEO Mergelina Investments
- ♦ Chief Operating Officer de Demium Startups
- ♦ Cofondateur et Girecteur de la Stratégie de l' Agence Hikaru VR
- ♦ Co-fondateur et Directeur Général de Drone Spain
- ♦ Co-fondateur de IMBS École de Commerce
- ♦ Fondateur de l'Internet & Mobile Business School
- ♦ Co-fondateur et Directeur de Fight Technologies
- ♦ Expérience approfondie des entreprises
- ♦ Professeur dans le cadre du Master en Innovation et création d'entreprise de Bankinter
- ♦ Coach exécutif certifié par l' École Européenne de Leaders (EEL)
- ♦ Responsable des Opérations BBVA
- ♦ Formateur en programmes de leadership et de gestion des émotions en entreprise
- ♦ Licence en Administration et Direction des Entreprises. UPV
- ♦ Spécialisation Industrielle
- ♦ Formation en langues étrangères: anglais, allemand et chinois
- ♦ Volontaire de l' Association de Soins Éducatifs aux Personnes ayant des Besoins Spécifiques



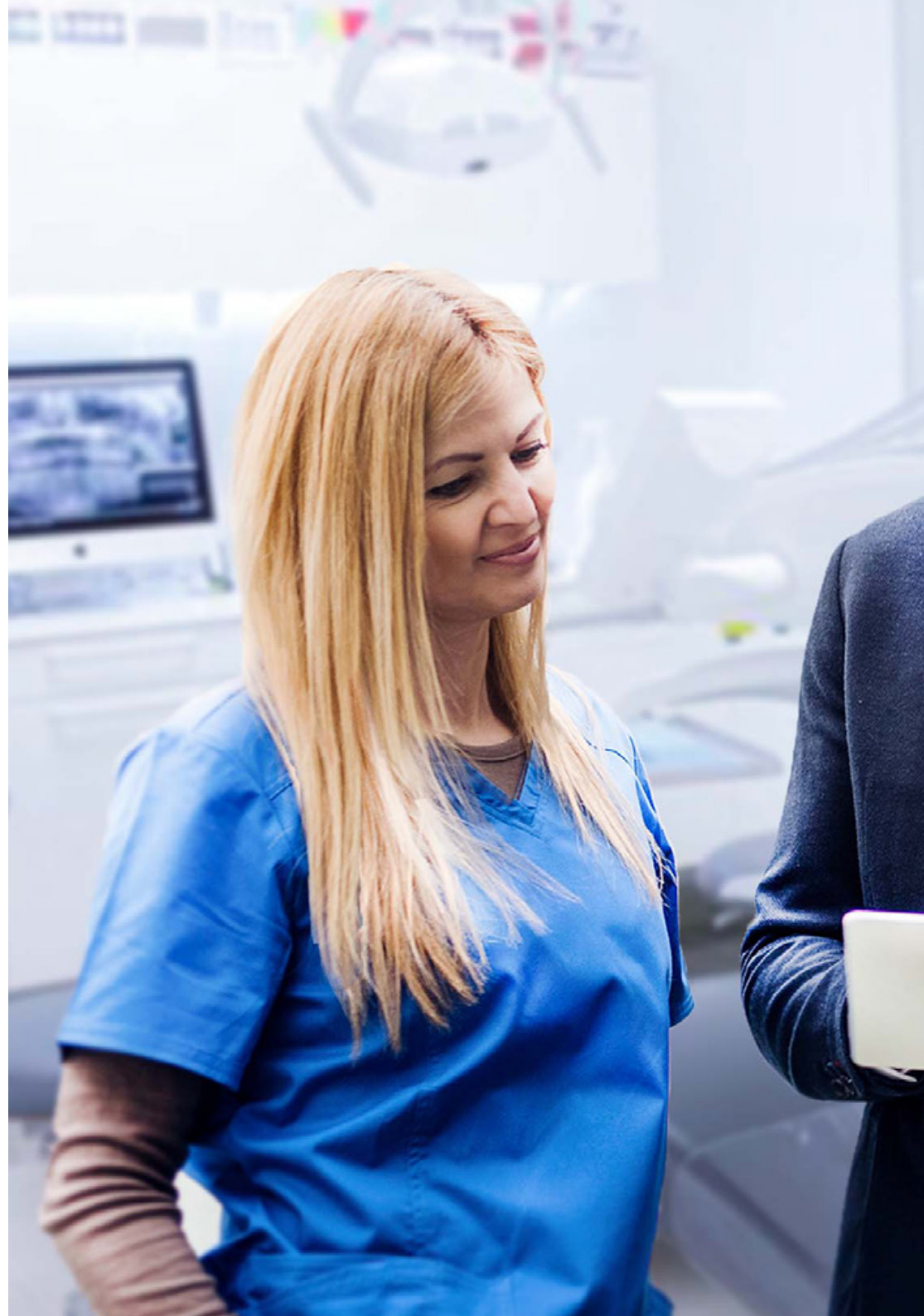
M. Gil, Andrés

- ♦ Expert en Innovation et Gestion Stratégique
- ♦ Directeur et Gérant de la Clinique d' Odontologie Pilar Roig
- ♦ Co-fondateur et PDG de MedicalDays
- ♦ Diplôme en Direction Odontologique et Gestion Clinique Institut DentalDoctors
- ♦ Diplôme en Comptabilité Analytique Chambre de commerce de Valence
- ♦ Ingénieur Agronome. UPV
- ♦ Master en Gestion et Direction Université d' État du Michigan
- ♦ Cours de Comptabilité Centre d' Études Financières
- ♦ Cours de Direction et de Gestion des Équipes César Piqueras

Professeurs

Mme Fortea Paricio, Anna

- ♦ Coach Professionnel International, Experte en Coaching Exécutif et en Coaching d' Affaires
- ♦ Neurocoach Professionnel
- ♦ Présidente de l' Association Internationale de Neurocoaching
- ♦ Directrice de Coaching Connection.es (Magazine Numérique spécialisé dans le coaching)
- ♦ Associée fondatrice de Co & Co (Coaching & Consulting)
- ♦ Fondatrice de l' European Leadership Center
- ♦ Fondatrice du Centre pour la Haute Performance Humaine Anna Fortea
- ♦ Co-fondatrice d' Eseox
- ♦ Professeure dans plusieurs universités espagnoles, à l'UAC et à l' Université Humboldt
- ♦ Enseignante Spécialisée pour l' Association Européenne des Étudiants en Droit (ELSA), facilitant des formations en collaboration avec l' UNESCO, l' UNICEF et l' ONU
- ♦ Bénévole à la Fondation José Carreras
- ♦ Bénévole à la Fédération d' Aide au Peuple Sahraoui
- ♦ Licence de Droit de l' Université de Valence
- ♦ Études de Psychologie à l' UOC et de Neurosciences à l' UPenn
- ♦ Coach professionnel certifiée au niveau international par l' Institut de Haut Rendement Humain (IESEC)
- ♦ Experte en Communication, Négociation, Leadership et Estime de soi par PsicoActiva
- ♦ MBA à l'école de commerce CEREM
- ♦ Membre du Groupe des Experts de la Commission Européenne et de l'Association Nationale pour l'Intelligence Émotionnelle (ASNIE)





M. Dolz, Juan Manuel

- ◆ Consultant en Numérisation des Entreprises
- ◆ Directeur de l'équipe Technique à Irene Milián Group
- ◆ Expérience approfondie des entreprises
- ◆ Cofondateur et directeur technique de MedicalDays
- ◆ Cofondateur et Directeur de l' Exploitation de Drone Spain
- ◆ Cofondateur et Directeur de l' Exploitation de l'Agence Hikaru VR
- ◆ Co-fondateur HalloValencia
- ◆ Licence en Administration, Gestion des Affaires et Marketing Université de Valence
- ◆ Bourse Freemover, Gestion internationale, Communication et vente, Leadership Université de Berne
- ◆ Certificat en Études Commerciales Université de Valence
- ◆ Formation Professionnelle en Marketing Digital Internet Startup Camp. UPV

“

Saisissez l'occasion de vous informer sur les dernières avancées dans ce domaine et de les appliquer dans votre pratique quotidienne”

05

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par une équipe de professionnels issus des meilleurs centres dentaires, centres d'affaires, entreprises et universités d'Espagne, conscients de la pertinence de la spécialisation actuelle pour pouvoir gérer des entreprises performantes, et engagés dans un enseignement de qualité grâce aux nouvelles technologies éducatives.



“

Ce Mastère Spécialisé en MBA en Direction de Cliniques Dentaires contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché”

Module 1. Piliers de la gestion de cliniques dentaires

- 1.1. Introduction à la gestion d'un cabinet dentaire
 - 1.1.1. Concept de gestion
 - 1.1.2. Objectif de la gestion
- 1.2. La vision entrepreneuriale de la clinique dentaire
 - 1.2.1. Définition de l'entreprise: approche de la clinique dentaire en tant qu'entreprise de services
 - 1.2.2. Éléments de l'entreprise appliqués aux cabinets dentaires
- 1.3. La figure du manager
 - 1.3.1. Description du poste de direction dans les cliniques dentaires
 - 1.3.2. Les fonctions du manager
- 1.4. Formes d'organisation des entreprises
 - 1.4.1. Le propriétaire
 - 1.4.2. La personne morale en tant que propriétaire d'un cabinet dentaire
- 1.5. Connaissance du secteur clinique-dentaire
- 1.6. Terminologie et concepts clés du management et de la gestion d'entreprise
- 1.7. Modèles actuels de cliniques dentaires couronnés de succès

Module 2. Conception de votre clinique dentaire

- 2.1. Introduction et objectifs
- 2.2. Situation actuelle du secteur clinique-dentaire
 - 2.2.2. Niveau international
- 2.3. Évolution du secteur clinique dentaire et ses tendances
 - 2.3.2. Niveau international
- 2.4. Analyse de concurrence
 - 2.4.1. Analyse des prix
 - 2.4.2. Analyse de la différenciation
- 2.5. Analyse SWOT
- 2.6. Comment concevoir la maquette Canvas de votre clinique dentaire?
 - 2.6.1. Segmentation de la clientèle
 - 2.6.2. Besoins
 - 2.6.3. Solutions
 - 2.6.4. Canaux
 - 2.6.5. Proposition de valeur
 - 2.6.6. Structure des revenus
 - 2.6.7. Structure des coûts
 - 2.6.8. Avantages concurrentiels
 - 2.6.9. Chiffres clés



- 2.7. Méthode de validation de votre modèle d'entreprise: le cycle du lean startup
 - 2.7.1. Cas 1: validation de votre modèle au stade de la création
 - 2.7.2. Cas 2: application de la méthode pour innover votre modèle actuel
- 2.8. L'importance de valider et d'améliorer le modèle économique de votre clinique dentaire
- 2.9. Comment définir la proposition de valeur de notre clinique dentaire?
- 2.10. Mission, vision et valeurs
 - 2.10.1. Mission
 - 2.10.2. Vision
 - 2.10.3. Valeurs
- 2.11. Définition du patient cible
- 2.12. Emplacement optimal de ma clinique
 - 2.12.1. Aménagement de l'usine
- 2.13. Taille optimale des effectifs
- 2.14. Importance d'un modèle de recrutement conforme à la stratégie définie
- 2.15. Les clés pour définir la politique de prix
- 2.16. Financement externe vs. Financement interne
- 2.17. Analyse de la stratégie d'un cas de réussite d'une clinique dentaire

Module 3. Introduction au Marketing

- 3.1. Principaux principes de base du marketing
 - 3.1.1. Variables de base du marketing
 - 3.1.2. L'évolution du concept de marketing
 - 3.1.3. Le marketing en tant que système d'échange
- 3.2. Nouvelles tendances en matière de marketing
 - 3.2.1. Évolution et avenir du marketing
- 3.3. L'intelligence émotionnelle appliquée au marketing
 - 3.3.1. Identifier ce qu'est l'intelligence émotionnelle?
 - 3.3.2. Comment appliquer l'intelligence émotionnelle à votre stratégie de marketing?
- 3.4. Le marketing social et la responsabilité sociale des entreprises
- 3.5. Marketing interne
 - 3.5.1. Marketing traditionnel (Marketing Mix)
 - 3.5.2. Marketing de recommandation
 - 3.5.3. Marketing de contenu

- 3.6. Marketing externe
 - 3.6.1. Marketing opérationnel
 - 3.6.2. Marketing stratégique
 - 3.6.3. *Inbound* marketing
 - 3.6.4. Email marketing
 - 3.6.5. Marketing des influenceurs
- 3.7. Marketing interne vs. Marketing externe
- 3.8. Techniques de fidélisation des patients
 - 3.8.1. L'importance de la fidélisation des patients
 - 3.8.2. Outils numériques appliqués à la fidélisation des patients

Module 4. Marketing 2.0

- 4.1. L'importance du *Branding* pour la différenciation
 - 4.1.1. Identité visuelle
 - 4.1.2. Les étapes de la stratégie de marque
 - 4.1.3. L'image de marque comme stratégie de différenciation
 - 4.1.4. Des archétypes Junk pour donner de la personnalité à votre marque
- 4.2. Le site web et le blog d'entreprise de la clinique dentaire
 - 4.2.1. Les clés d'un site web efficace et fonctionnel
 - 4.2.2. Choisir le ton de voix des canaux de communication
 - 4.2.3. Avantages d'avoir un blog d'entreprise
- 4.3. Utilisation efficace des médias sociaux
 - 4.3.1. L'importance de la stratégie dans les médias sociaux
 - 4.3.2. Outils d'automatisation pour les médias sociaux
- 4.4. Utilisation de la messagerie instantanée
 - 4.4.1. L'importance de la communication directe avec vos patients
 - 4.4.2. Canal pour les promotions personnalisées ou les messages de masse
- 4.5. Importance de la narrative transmédia dans la communication 2.0
- 4.6. Comment créer des bases de données par la communication?
- 4.7. Google Analytics pour mesurer l'impact de votre communication 2.0
- 4.8. Analyse de la situation
 - 4.8.1. Analyse de la situation extérieure
 - 4.8.2. Analyse de la situation interne

- 4.9. Détermination des objectifs
 - 4.9.1. Points clés de la fixation d'objectifs
- 4.10. Choix des stratégies
 - 4.10.1. Types de stratégies
- 4.11. Plan d'action
- 4.12. Budgets
 - 4.12.1. Allocation budgétaire
 - 4.12.2. Prévisions des résultats
- 4.13. Méthodes de contrôle et de suivi

Module 5. La valeur du capital humain

- 5.1. Introduction à la gestion des ressources humaines
- 5.2. Culture d'entreprise et climat de travail
- 5.3. L'équipe
 - 5.3.1. L'équipe dentaire
 - 5.3.2. L'équipe auxiliaire
 - 5.3.3. Administration et gestion
- 5.4. Organigramme de notre clinique dentaire
 - 5.4.1. Organigramme de la clinique: hiérarchie
 - 5.4.2. Description des départements dans l'organigramme
 - 5.4.3. Descriptions de poste pour chaque département
 - 5.4.4. Attribution des tâches pour chaque poste
 - 5.4.5. Coordination des services
- 5.5. Introduction à la gestion du travail et des ressources humaines
- 5.6. Stratégies d'incorporation du capital humain
 - 5.6.1. Stratégie de sélection du personnel
 - 5.6.2. Stratégie de recrutement
- 5.7. Politiques de rémunération
 - 5.7.1. Rémunération fixe
 - 5.7.2. Rémunération variable
- 5.8. Stratégie de rétention des talents
 - 5.8.1. Qu'est-ce que la rétention des talents?
 - 5.8.2. Avantages de la rétention des talents dans une clinique dentaire
 - 5.8.3. Moyens de retenir les talents
- 5.9. Stratégie de gestion des absences
 - 5.9.1. L'importance de la planification de la gestion des absences
 - 5.9.2. Les moyens de gérer les absences dans un cabinet dentaire

- 5.10. La relation de travail
 - 5.10.1. Contrat de travail
 - 5.10.2. Temps de travail

Module 6. Gestion des équipes

- 6.1. Qu'est-ce que le leadership personnel?
- 6.2. L'importance d'appliquer la règle des 33 %
- 6.3. Avantages de la mise en œuvre d'une culture de leadership dans le clinique dentaire
- 6.4. Quel type de leadership est le mieux adapté à la gestion de votre clinique dentaire?
 - 6.4.1. Leadership autocratique
 - 6.4.2. Leadership par objectifs
 - 6.4.3. Leadership fondé sur des valeurs
- 6.5. Compétences personnelles en matière de leadership
 - 6.5.1. Réflexion stratégique
 - 6.5.2. L'importance de la vision du dirigeant
 - 6.5.3. Comment développer une attitude autocritique saine?
- 6.6. Compétences en leadership interpersonnel
 - 6.6.1. La communication assertive
 - 6.6.2. La capacité à déléguer
 - 6.6.3. Donner et recevoir un *Feedback*
- 6.7. Intelligence émotionnelle appliquée aux résolutions de conflit
 - 6.7.1. Identifier les émotions de base du jeu d'acteur
 - 6.7.2. L'importance de l'écoute active
 - 6.7.3. L'empathie comme compétence personnelle essentielle
 - 6.7.4. Comment identifier le détournement des émotions
 - 6.7.5. Comment parvenir à des accords "Win-Win"?
- 6.8. Les avantages de la technique de la constellation organisationnelle
- 6.9. Techniques de motivation pour retenir les talents
 - 6.9.1. Reconnaissance
 - 6.9.2. Attribution des responsabilités
 - 6.9.3. Promotion de la santé au travail
 - 6.9.4. Fournir des incitations
- 6.10. L'importance de l'évaluation des performances

Module 7. Qualité et gestion du temps dans la clinique dentaire

- 7.1. Qualité appliquée aux traitements proposés
 - 7.1.1. Définition de la qualité en odontologie
 - 7.1.2. Standardisation des processus dans la clinique dentaire
- 7.2. Principes de gestion de la qualité
 - 7.2.1. Qu'est-ce qu'un système de gestion de la qualité?
 - 7.2.2. Avantages pour l'organisation
- 7.3. Qualité dans l'exécution des tâches
 - 7.3.1. Protocoles: définition
 - 7.3.2. Protocoles: objectifs de leur application
 - 7.3.3. Protocoles: avantages de leur mise en œuvre
 - 7.3.4. Exemple pratique: protocole de visite
- 7.4. Outils de suivi et de révision des protocoles
- 7.5. L'amélioration continue dans les cliniques dentaires
 - 7.5.1. Qu'est-ce que l'amélioration continue?
 - 7.5.2. Phase 1: consultation
 - 7.5.3. Phase 2: Apprentissage
 - 7.5.4. Phase 3: Suivi
- 7.6. Qualité pour la satisfaction des patients
 - 7.6.1. Enquêtes de satisfaction
 - 7.6.2. Mise en œuvre de l'enquête de satisfaction
 - 7.6.3. Rapports d'amélioration
- 7.7. Études de cas sur la qualité dans la clinique dentaire
 - 7.7.1. Étude de cas n° 1: protocole de gestion des urgences
 - 7.7.2. Étude de cas 2: préparation d'une enquête de satisfaction
- 7.8. Gestion de la santé et de la sécurité au travail dans une clinique dentaire
 - 7.8.1. Importance de définir les principales tâches dans le cabinet dentaire
 - 7.8.2. Technique de productivité "une tâche, un responsable"
 - 7.8.3. Gestionnaires de tâches numériques

- 7.9. Standardisation du temps dans les traitements dentaires
 - 7.9.1. L'importance de la collecte de données temporelles
 - 7.9.2. Comment documenter la normalisation du temps?
- 7.10. Méthodologie de recherche pour l'optimisation des processus de qualité
- 7.11. Description du modèle de gestion de la qualité des services dentaires
- 7.12. L'audit de santé: phases

Module 8. Gestion des achats et des entrepôts

- 8.1. L'importance d'une bonne planification des achats
- 8.2. Responsabilités de la fonction achats dans un cabinet dentaire
- 8.3. La gestion efficace de notre entrepôt
 - 8.3.1. Coûts d'entreposage
 - 8.3.2. Inventaire de sécurité
 - 8.3.3. Enregistrement du matériel entrant et sortant
- 8.4. Les étapes du processus d'achat
 - 8.4.1. Rechercher des informations et envisager des alternatives
 - 8.4.2. Évaluation et prise de décision
 - 8.4.3. Suivi et contrôle
- 8.5. Modes d'exécution des comptes et la gestion des comptes
 - 8.5.1. Adapter le type de commande à nos besoins
 - 8.5.2. Gestion des risques
- 8.6. Relation avec le fournisseur
 - 8.6.1. Types de relations
 - 8.6.2. Politique de paiement
- 8.7. La négociation dans les achats
 - 8.7.1. Connaissances et compétences nécessaires
 - 8.7.2. Étapes du processus de négociation
 - 8.7.3. Conseils pour une négociation réussie
- 8.8. La qualité dans les achats
 - 8.8.1. Avantages pour l'ensemble de la clinique
 - 8.8.2. Paramètres de mesure
- 8.9. Indicateurs d'efficacité
- 8.10. Nouvelles tendances dans la gestion des achats

Module 9. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires

- 9.1. Principes économiques de base
- 9.2. Le bilan
 - 9.2.1. Composition du bilan
 - 9.2.2. Actif
 - 9.2.3. Passif
 - 9.2.4. Actions
 - 9.2.5. Interprétation du bilan
- 9.3. Le compte de résultats
 - 9.3.1. Composition du compte de résultat
 - 9.3.2. Interprétation du compte de résultat
- 9.4. Introduction à la comptabilité des coûts
- 9.5. Bénéfices de leur application
- 9.6. Les coûts fixes dans la clinique dentaire
 - 9.6.1. Définition des coûts fixes
 - 9.6.2. Coûts fixes d'un cabinet dentaire typique
 - 9.6.3. Coût/heure du professionnel
- 9.7. Coûts variables dans une clinique dentaire
 - 9.7.1. Définition des coûts variables
 - 9.7.2. Coûts variables d'une clinique dentaire typique
- 9.8. Coût/heure d'une clinique dentaire
- 9.9. Les échelles de traitement
- 9.10. Bénéfice du traitement
- 9.11. Stratégie Pricing
- 9.12. Introduction
- 9.13. Factures et autres documents de paiement
 - 9.13.1. La facture: signification et contenu minimal
 - 9.13.2. Autres documents de paiement
- 9.14. Gestion du recouvrement et des paiements
 - 9.14.1. Organisation administrative
 - 9.14.2. La gestion des recettes et des paiements
 - 9.14.3. Le budget de trésorerie
 - 9.14.4. Analyse abc des patients
 - 9.14.5. Mauvaises créances

- 9.15. Modalités de financement externe
 - 9.15.1. Financement bancaire
 - 9.15.2. *Leasing* (location financière)
 - 9.15.3. *Différences entre Leasing et Renting*
 - 9.15.4. *Escompte de papier commercial*
- 9.16. Analyse des liquidités de votre clinique
- 9.17. Analyse de la rentabilité de votre clinique
- 9.18. Analyse de la dette

Module 10. Soins dentaires

- 10.1. Concepts de base
 - 10.1.1. Définition et objectifs
 - 10.1.2. Domaines d'application
 - 10.1.3. Acte clinique
 - 10.1.4. Le dentiste
- 10.2. Principes généraux
 - 10.2.1. Principe d'égalité des patients
 - 10.2.2. Priorité des intérêts du patient
 - 10.2.3. Fonctions professionnelles du dentiste
- 10.3. Soins aux patients
 - 10.3.1. Traiter avec le patient
 - 10.3.2. Le patient mineur
 - 10.3.3. Liberté de choix du praticien
 - 10.3.4. Liberté d'acceptation et de refus des patients
- 10.4. Le dossier médical
- 10.5. Le secret professionnel
 - 10.5.1. Concept et contenu
 - 10.5.2. Extension de l'obligation
 - 10.5.3. Exceptions au secret professionnel
 - 10.5.4. Fichiers informatiques
- 10.6. Publicité
 - 10.6.1. Exigences de base pour une publicité professionnelle
 - 10.6.2. Mention des titres
 - 10.6.3. Publicité professionnelle
 - 10.6.4. Actions ayant un effet publicitaire possible

Module 11. Leadership, Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 11.1.1. Gouvernance et Gouvernance d'Entreprise
 - 11.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'Entreprise dans les entreprises
 - 11.1.3. Le Rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 11.2. Leadership
 - 11.2.1. Leadership Une approche conceptuelle
 - 11.2.2. Leadership dans les entreprises
 - 11.2.3. L'importance du leader dans la gestion des entreprises
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contributions à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 11.3.3. Gestion de la Diversité
- 11.4. Développement de la gestion et le leadership
 - 11.4.1. Concept de Développement de la Gestion
 - 11.4.2. Le concept de Leadership
 - 11.4.3. Théories du Leadership
 - 11.4.4. Styles de Leadership
 - 11.4.5. L'intelligence dans le Leadership
 - 11.4.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 11.5. Éthique des affaires
 - 11.5.1. Éthique et Moralité
 - 11.5.2. Éthique des Affaires
 - 11.5.3. Leadership et éthique dans les entreprises
- 11.6. Durabilité
 - 11.6.1. Durabilité et développement durable
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Les entreprises durables
- 11.7. Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.1. La dimension internationale de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.2. La mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises
 - 11.7.3. L'impact et la mesure de la Responsabilité Sociale des Entreprises
- 11.8. Systèmes et outils de Gestion responsable
 - 11.8.1. RSE: Responsabilité sociale des entreprises
 - 11.8.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable

- 11.8.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 11.8.4. Outils et normes en matière de la RSE
- 11.9. Multinationales et droits de l'homme
 - 11.9.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 11.9.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 11.9.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 11.10. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Importation et exportation
 - 11.10.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 11.10.3. Droit International du Travail

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

- 12.1. Gestion Stratégique des personnes
 - 12.1.1. Direction Stratégique et ressources humaines
 - 12.1.2. La direction stratégique des personnes
- 12.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 12.2.1. Analyse du potentiel
 - 12.2.2. Politique de rémunération
 - 12.2.3. Plans de carrière/succession
- 12.3. Évaluation et gestion des performances
 - 12.3.1. Gestion des performances
 - 12.3.2. La gestion des performances: objectifs et processus
- 12.4. Innovation dans la gestion des talents et des personnes
 - 12.4.1. Modèles de gestion stratégique des talents
 - 12.4.2. Identification, formation et développement des talents
 - 12.4.3. Fidélisation et rétention
 - 12.4.4. Proactivité et innovation
- 12.5. Motivation
 - 12.5.1. La nature de la motivation
 - 12.5.2. La théorie de l'espérance
 - 12.5.3. Théories des besoins
 - 12.5.4. Motivation et compensation économique

- 12.6. Développer des équipes performantes
 - 12.6.1. Les équipes performantes: les équipes autogérées
 - 12.6.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 12.7. Gestion du changement
 - 12.7.1. Gestion du changement
 - 12.7.2. Type de processus de gestion du changement
 - 12.7.3. Étapes ou phases de la gestion du changement
- 12.8. Négociation et gestion des conflits
 - 12.8.1. Négociation
 - 12.8.2. Gestion des Conflits
 - 12.8.3. Gestion des Crises
- 12.9. La communication managériale
 - 12.9.1. Communication interne et externe dans l'environnement des entreprises
 - 12.9.2. Département de Communication
 - 12.9.3. Le responsable de communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 12.10. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 12.10.1. Productivité
 - 12.10.2. Leviers d'attraction et rétention des talents

Module 13. Gestion Économique et Financière

- 13.1. Environnement Économique
 - 13.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 13.1.2. Institutions financières
 - 13.1.3. Marchés financiers
 - 13.1.4. Actifs financiers
 - 13.1.5. Autres entités du secteur financier
- 13.2. Comptabilité de Gestion
 - 13.2.1. Concepts de base
 - 13.2.2. Actif de l'entreprise
 - 13.2.3. Passif de l'entreprise
 - 13.2.4. Le Patrimoine Net de l'entreprise
 - 13.2.5. Le Compte de Profits et Pertes
- 13.3. Systèmes d'information et *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Principes fondamentaux et classification
 - 13.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 13.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 13.4. Budget et Contrôle de Gestion
 - 13.4.1. Le modèle budgétaire
 - 13.4.2. Le budget d'Investissement
 - 13.4.3. Le budget de Fonctionnement
 - 13.4.5. Le budget de Trésorerie
 - 13.4.6. Le suivi Budgétaire
- 13.5. Gestion Financière
 - 13.5.1. Les décisions financières de l'entreprise
 - 13.5.2. Le service financier
 - 13.5.3. Excédents de trésorerie
 - 13.5.4. Risques liés à la gestion financière
 - 13.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 13.6. Planification Financière
 - 13.6.1. Définition de la planification financière
 - 13.6.2. Actions à entreprendre dans le cadre de la planification financière
 - 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 13.6.4. Le tableau des *Cash Flow*
 - 13.6.5. Le tableau du fonds de roulement
- 13.7. Stratégie Financière de l'Entreprise
 - 13.7.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 13.7.2. Produits financiers de l'entreprise

- 13.8. Financement Stratégique
 - 13.8.1. Autofinancement
 - 13.8.2. Augmentation des fonds propres
 - 13.8.3. Ressources Hybrides
 - 13.8.4. Financement par des intermédiaires
- 13.9. Analyse et planification financières
 - 13.9.1. Analyse du Bilan de la Situation
 - 13.9.2. Analyse du Compte des Résultats
 - 13.9.3. Analyse de la Rentabilité
- 13.10. Analyses et résolution de problèmes
 - 13.10.1. Informations financières de Industrie de Design et Textile, S.A. (INDITEX)

Module 14. *Management Exécutif*

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Concept General Management
 - 14.1.2. L'action du Manager Général
 - 14.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 14.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 14.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 14.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 14.3. Direction des opérations
 - 14.3.1. Importance de la gestion
 - 14.3.2. La chaîne de valeur
 - 14.3.3. Gestion de qualité
- 14.4. Discours et formation de porte-parole
 - 14.4.1. Communication interpersonnelle
 - 14.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 14.4.3. Obstacles à la communication
- 14.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 14.5.1. Communication interpersonnelle
 - 14.5.2. Outils de la communication Interpersonnelle
 - 14.5.3. La communication dans les organisations
 - 14.5.4. Outils dans l'organisation

- 14.6. La communication en situation de crise
 - 14.6.1. Crise
 - 14.6.2. Phases de la crise
 - 14.6.3. Messages: contenu et calendrier
- 14.7. Préparer un plan de crise
 - 14.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 14.7.2. Plan
 - 14.7.3. Adéquation du personnel
- 14.8. *Branding* Personnel
 - 14.8.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
 - 14.8.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 14.8.3. Outils de construction du Personal Branding
- 14.9. Leadership et gestion d'équipes
 - 14.9.1. Leadership et styles de leadership
 - 14.9.2. Capacités et défis du Leader
 - 14.9.3. Gestion des Processus de Changement
 - 14.9.4. Gestion d'Équipes Multiculturelles



*Une expérience de spécialisation unique,
clé et décisive pour stimuler votre
développement professionnel*

06

Méthodologie

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

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





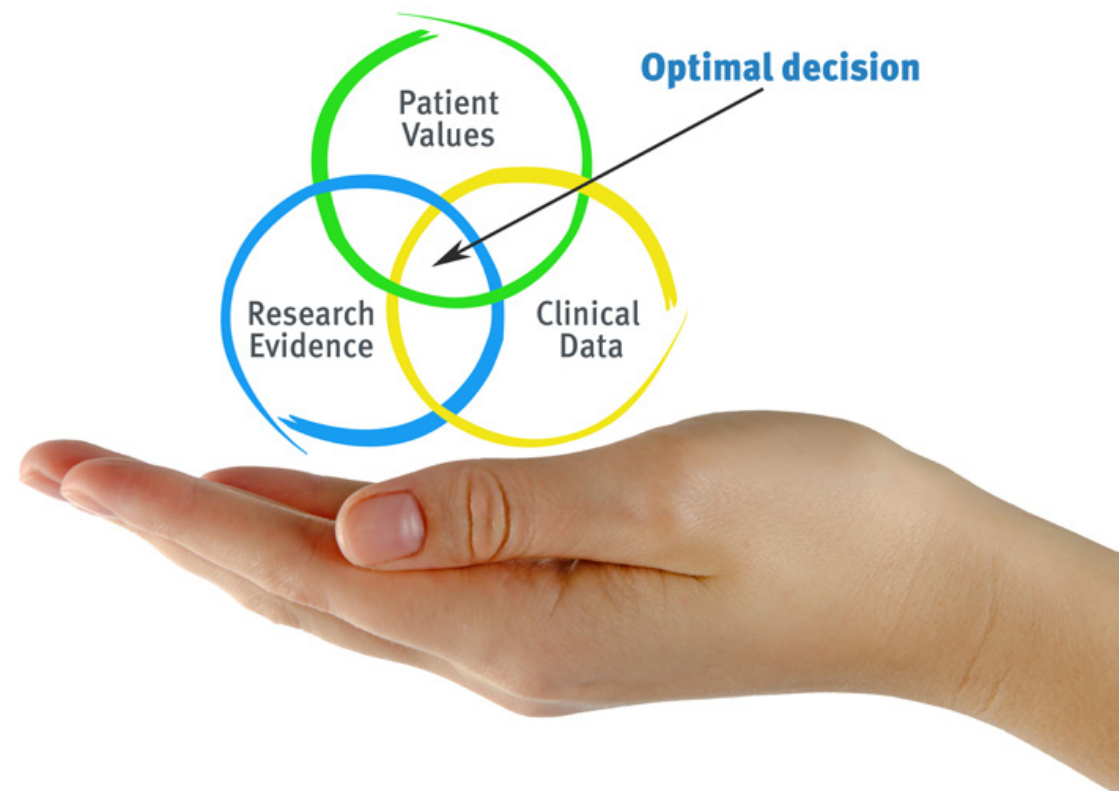
“

Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Dans une situation clinique donnée: que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas cliniques simulés, basés sur des patients réels, dans lesquels vous devrez enquêter, établir des hypothèses et finalement résoudre la situation. Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'efficacité de cette méthode. Les spécialistes apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement dans le temps.

Avec TECH, vous ferez l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui révolutionne les fondements des universités traditionnelles du monde entier.



Selon le Dr Gervas, le cas clinique est la présentation commentée d'un patient, ou d'un groupe de patients, qui devient un "cas", un exemple ou un modèle illustrant une composante clinique particulière, soit en raison de son pouvoir pédagogique, soit en raison de sa singularité ou de sa rareté. Il est essentiel que le cas soit ancré dans la vie professionnelle réelle, en essayant de recréer les véritables conditions de la pratique professionnelle du dentiste.

“

Saviez-vous que cette méthode a été développée en 1912, à Harvard, pour les étudiants en Droit? La méthode des cas consiste à présenter aux apprenants des situations réelles complexes pour qu'ils s'entraînent à prendre des décisions et pour qu'ils soient capables de justifier la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les dentistes qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. Grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité, on obtient une assimilation plus simple et plus efficace des idées et des concepts.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.



Relearning Methodology

À TECH, nous enrichissons la méthode des cas avec la meilleure méthodologie d'enseignement 100% en ligne du moment: le Relearning.

Notre Université est la première au monde à combiner l'étude de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique et combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque cours. Ceci représente une véritable révolution par rapport à une simple étude et analyse de cas.

Le dentiste apprendra à travers des études de cas réels ainsi qu'en s'exerçant à résoudre des situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe pour faciliter l'apprentissage par immersion.



Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone (Columbia University). La méthode Relearning, à la pointe de la pédagogie mondiale, a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études.

Grâce à cette méthodologie, nous avons formé plus de 115.000 médecins avec un succès sans précédent et ce dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Notre méthodologie d'enseignement est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique.

Selon les normes internationales les plus élevées, la note globale de notre système d'apprentissage est de 8,01.



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



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Techniques et procédures en vidéo

Nous vous rapprochons des dernières techniques, des dernières avancées pédagogiques à l'avant-garde des techniques dentaires actuelles. Tout cela, à la première personne, expliqué et détaillé rigoureusement pour atteindre une compréhension complète et une assimilation optimale. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



Résumés interactifs

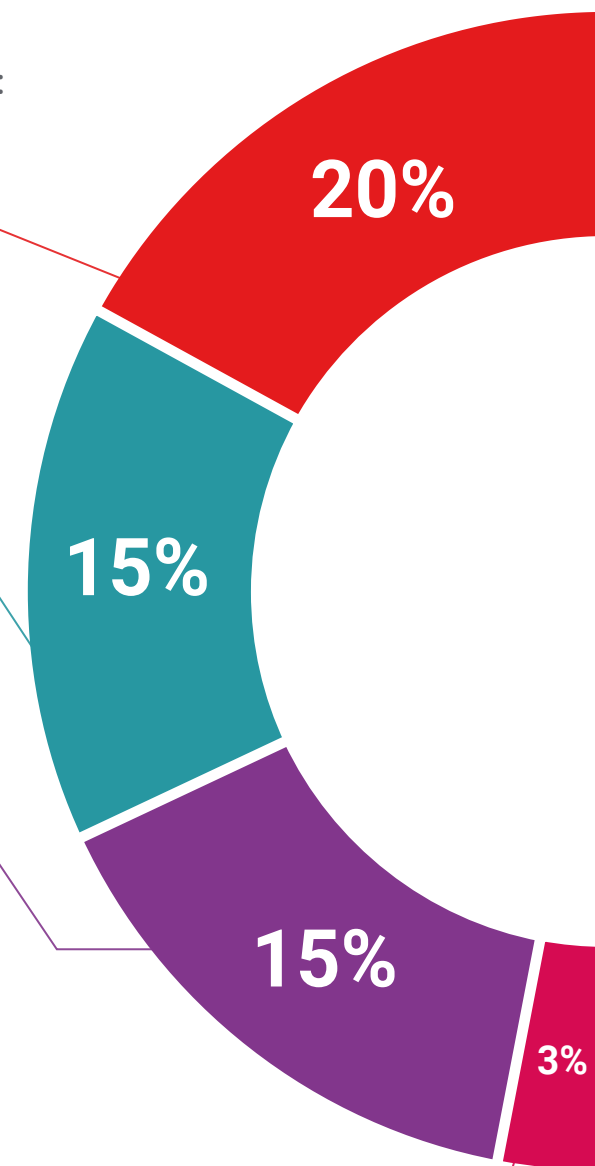
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

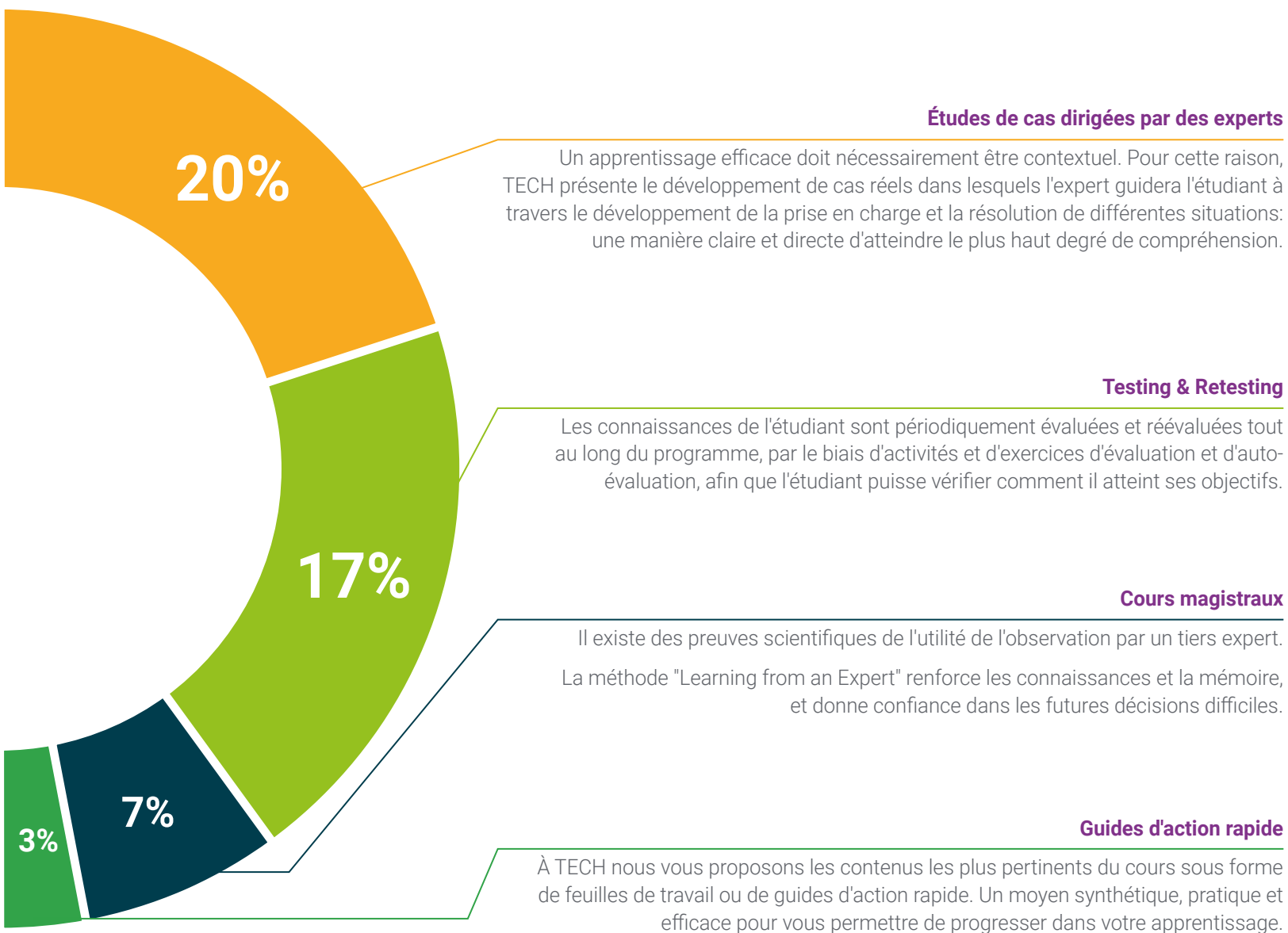
Ce système unique de formation à la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Bibliographie complémentaire

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





07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Direction de Cliniques Dentaires garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Global University.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir
à vous soucier des déplacements ou
des formalités administratives”*

Ce programme vous permettra d'obtenir votre diplôme propre de **Mastère Spécialisé en MBA en Direction de Cliniques Dentaires** approuvé par **TECH Global University**, la plus grande Université numérique du monde.

TECH Global University est une Université Européenne Officielle reconnue publiquement par le Gouvernement d'Andorre ([journal officiel](#)). L'Andorre fait partie de l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur (EEES) depuis 2003. L'EEES est une initiative promue par l'Union européenne qui vise à organiser le cadre international de formation et à harmoniser les systèmes d'enseignement supérieur des pays membres de cet espace. Le projet promeut des valeurs communes, la mise en œuvre d'outils communs et le renforcement de ses mécanismes d'assurance qualité afin d'améliorer la collaboration et la mobilité des étudiants, des chercheurs et des universitaires.



Ce diplôme propre de **TECH Global University** est un programme européen de formation continue et d'actualisation professionnelle qui garantit l'acquisition de compétences dans son domaine de connaissances, conférant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit le programme.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en MBA en Direction de Cliniques Dentaires**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**

Accréditation: **90 ECTS**





Mastère Spécialisé
MBA en Direction de
Cliniques Dentaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Global University
- » Accréditation: 90 ECTS
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

MBA en Direction de Cliniques Dentaires

