

Mastère Avancé

MBA en Gestion et Direction
de Cliniques Dentaires



Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires

Modalité: En ligne

Durée: 2 ans

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 3.000 h.

Accès au site: <http://www.techitute.com/odontologie/mastere-avance/mastere-avance-mba-gestion-direction-cliniques-dentaires>

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 12

04

Direction de la formation

page 16

05

Structure et contenu

page 20

06

Méthodologie

page 36

07

Diplôme

page 44

01 Présentation

Faire d'une entreprise un succès, quel que soit le secteur auquel elle appartient, est un défi. Dans le domaine de l'odontologie, la concurrence s'accroît chaque jour, c'est pourquoi il est essentiel de renforcer la gestion des affaires. Avec ce programme, nous voulons vous offrir la possibilité de vous former dans tous les domaines liés à la gestion des cliniques dentaires: ressources humaines, marketing, qualité, gestion du temps, planification et stratégie, comptabilité et coûts, etc., afin de garantir la continuité de votre entreprise.





“

Les dentistes qui souhaitent ouvrir leur propre clinique dentaire doivent avoir des connaissances approfondies en matière de gestion d'entreprise afin de faire de leur entreprise un succès”

Le nombre croissant de dentistes a entraîné l'apparition de nombreuses cliniques dentaires, ce qui a fait du secteur clinique-dentaire l'un des marchés les plus concurrentiels qui existent aujourd'hui. Dans ce contexte, il est essentiel que les professionnels de ce domaine soient formés à la direction et à la gestion de ce type d'entreprise, et doivent se concentrer sur l'apprentissage des connaissances en matière de gestion d'entreprise et de gestion d'équipe qui garantiront le succès de leur entreprise.

À la fin de leurs études universitaires, les dentistes auront acquis les aptitudes et les compétences nécessaires pour diagnostiquer et traiter différentes pathologies buccales, ainsi que pour conseiller leurs clients sur une bonne santé buccale. Cependant, les études de gestion commerciale sont très limitées dans les écoles dentaires.

C'est pourquoi TECH a conçu ce Mastère Avancé qui combine le meilleur d'un MBA avec la spécialisation la plus complète dans la gestion et la direction de cliniques dentaires. Ainsi, à la fin de leurs études dentaires, les professionnels peuvent poursuivre cette spécialisation qui les mènera à la réussite commerciale de leurs cliniques dentaires, afin qu'ils puissent faire de leurs affaires des centres compétitifs.

Tout au long de cette spécialisation, l'étudiant parcourra toutes les approches actuelles dans les différents défis que pose sa profession. Une démarche de haut niveau qui deviendra un processus d'amélioration, non seulement sur le plan professionnel, mais aussi sur le plan personnel. En outre, chez TECH, nous assumons un engagement social: aider les professionnels hautement qualifiés à se spécialiser et à développer leurs compétences personnelles, sociales et professionnelles pendant le cours.

Nous ne nous contenterons pas de vous transmettre les connaissances théoriques, mais nous vous montrerons une autre façon d'étudier et d'apprendre, plus organique, plus simple et plus efficace. TECH s'efforcera de le maintenir motivé et de susciter en lui la passion d'apprendre. Et il vous poussera à réfléchir et à développer votre esprit critique.

Ce Mastère Avancé est conçu pour vous aux étudiants accès aux connaissances spécifiques de cette discipline de manière intensive et pratique. Une valeur sûre pour tout professionnel. De plus, comme il s'agit d'une spécialisation 100% en ligne, c'est l'étudiant lui-même qui décide où et quand étudier. Il n'y a pas d'horaires fixes ni d'obligation de se rendre en classe, ce qui permet de concilier plus facilement vie professionnelle et vie familiale.

Ce **Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du panorama universitaire. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Les dernières technologies en matière de software d'enseignement en ligne
- ♦ Le système d'enseignement intensément visuel, soutenu par un contenu graphique et schématique facile à assimiler et à comprendre
- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en exercice
- ♦ La dernière génération de systèmes vidéo interactifs
- ♦ Enseignement soutenu par la télépratique
- ♦ Systèmes de mise à jour et de recyclage continus
- ♦ Un apprentissage autorégulé qui permet une compatibilité totale avec d'autres professions
- ♦ Exercices pratiques pour l'auto-évaluation et la vérification de l'apprentissage
- ♦ Groupes de soutien et synergies éducatives: questions à l'expert, forums de discussion et de connaissances.
- ♦ Communication avec l'enseignant et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ Les banques de documentation complémentaire sont disponibles en permanence, même après réaliser la formation



Une spécialisation du plus haut niveau scientifique, soutenue par un développement technologique avancé et l'expérience pédagogique des meilleurs professionnels"

“

Une spécialisation créée pour les professionnels qui aspirent à l'excellence et qui vous permettra d'acquérir de nouvelles compétences et stratégies de manière fluide et efficace"

Notre personnel enseignant est composé de professionnels en activité. De cette manière, TECH s'assure de vous offrir l'objectif de mise à jour constant des vissions. Une équipe multidisciplinaire de professionnels qualifiés et expérimentés dans différents environnements, qui développeront efficacement les connaissances théoriques mais surtout mettront au service de la spécialisation les connaissances pratiques issues de leur propre expérience.

Cette maîtrise du sujet est complétée par l'efficacité de la conception méthodologique de ce Mastère Avancé. Développé par une équipe multidisciplinaire d'experts en *elearning*, intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative. Ainsi, vous l'étudiants pourra étudier avec une gamme d'outils multimédias polyvalents qui vous donneront l'opérabilité dont vous avez besoin.

Le design de ce programme centre sur l'Apprentissage par les Problèmes, une approche qui conçoit l'apprentissage comme un processus éminemment pratique. Pour y parvenir à distance, nous utiliserons la télépratique. À l'aide d'un système vidéo interactif innovant et du *Learning from an Expert*, vous l'étudiant pourra acquérir des connaissances comme si étiez confrontera au scénario que vous apprenez à ce moment précis. Un concept qui vous permet d'intégrer et de fixer votre apprentissage de manière plus réaliste et permanente.

Augmentez vos compétences en matière de gestion et de direction de cliniques dentaires et donnez une plus grande visibilité à votre projet d'entreprise tout en offrant des soins de qualité.

Nous vous proposons la meilleure spécialisation du moment afin que vous puissiez réaliser une étude approfondie sur la gestion des soins dentaires.



02 Objectifs

Notre objectif est de former des professionnels hautement qualifiés pour une expérience professionnelle. Un objectif qui se complète, par ailleurs, de manière globale, avec la promotion du développement humain qui jette les bases d'une société meilleure. Cet objectif se concrétise en aidant les professionnels atteindre un niveau de compétence et de contrôle beaucoup plus élevé. Un objectif que l'étudiant pourra considérer comme acquis, avec une spécialisation de haute intensité et de haute précision.



“

Si votre objectif est de progresser dans votre profession, d'acquérir une qualification qui vous permettra de rivaliser avec les meilleurs, ne cherchez pas plus loin: Bienvenue à TECH”



Objectifs généraux

- ◆ Définir les dernières tendances et évolutions en matière de gestion d'entreprise
- ◆ Construire un plan de développement et d'amélioration des compétences personnelles et managériales
- ◆ Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable
- ◆ Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes
- ◆ Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale
- ◆ Expliquez l'entreprise d'un point de vue global, ainsi que les responsabilités de chaque secteur de l'entreprise
- ◆ Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale
- ◆ Formuler et mettre en œuvre des stratégies de croissance qui adaptent l'entreprise aux changements de l'environnement national et international
- ◆ 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, tant dans le cas de la création de leur 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 le biais d'une formation continue et spécifique dans le secteur de la gestion et du management d'entreprise





Objectifs spécifiques

- ◆ Décrire la situation actuelle et les tendances futures des modèles de gestion et de la gestion des affaires cliniques-dentaires au niveau national et 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 la mentalité stratégique des futurs gestionnaires
- ◆ Apprenez 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
- ◆ 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
- ◆ 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
- ◆ 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 conduire 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
- ◆ 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
- ◆ 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
- ◆ 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 afin de pouvoir traiter avec les fournisseurs, les clients et la direction de l'équipe en vue d'obtenir des résultats *win win*
- ◆ 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
- ◆ 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

03

Compétences

Une fois que tous les contenus ont été étudiés et que les objectifs du Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires, le professionnel aura une compétence et une performance supérieure dans ce domaine. Une approche très complète, dans une spécialisation de haut niveau, qui fait la différence.



“

Atteindre l'excellence dans n'importe quelle profession exige des efforts et de la persévérance. Mais, surtout, elle nécessite l'appui de professionnels qui peuvent vous donner l'impulsion dont vous avez besoin, avec les moyens et le soutien nécessaires. Chez TECH, nous vous offrons tout ce dont vous avez besoin"



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 techniques, stratégies et les compétences en matière de résolution de problèmes dans des environnements nouveaux ou non familiers dans des contextes multidisciplinaires) liés à leur le secteur
- ♦ Effectuer des analyses et des synthèses, grâce auxquelles ils améliorent leurs capacités de prise de décision dans le domaine de la gestion des entreprises
- ♦ Communiquez vos résultats de manière claire et sans ambiguïté

“

Notre objectif est très simple: vous offrir une spécialisation de qualité , avec le meilleur système d'enseignement actuel, afin que vous puissiez atteindre l'excellence dans votre profession”





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 formalisation 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 élaborer et mettre en œuvre des améliorations adaptées aux besoins des patients du cabinet dentaire
- ♦ Identifier les types de coûts qui surviennent dans une clinique dentaire afin de calculer le coût horaire de la clinique et d'établir la *Pricing* approprié
- ♦ Calculer 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 dans le secteur clinique-dentaire
- ♦ Organiser et mettre en œuvre la fonction achat dans une clinique
- ♦ Définir et évaluer les processus de sélection des fournisseurs, d'approvisionnement et de fourniture, 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 du capital fixe
- ♦ Négocier intelligemment et simplement pour obtenir les conditions les plus favorables pour le développement correct du cabinet dentaire
- ♦ Développer la profession dentaire sur des bases éthiques et morales

04

Direction de la formation

Dans le cadre du concept de qualité totale de cette université en, nous sommes fiers de la disposition des étudiant un corps enseignant de très haut niveau, choisi pour son expérience avérée dans le domaine de l'éducation. Des professionnels de différents domaines et compétences qui constituent une équipe multidisciplinaire complète. Une occasion unique d'apprendre des meilleurs.





“

Nos enseignants mettront leur expérience et leurs compétences pédagogiques à votre disposition pour vous offrir un processus de spécialisation stimulant et créatif”

Direction



M. Gil, Andrés

- ♦ Directeur-gérant à la Clínica Pilar Roig Odontología
- ♦ Cofondateur et PDG de MedicalDays
- ♦ Maîtrise en gestion (Université d'État du Michigan)
- ♦ Diplôme en gestion dentaire et gestion clinique (Institut DentalDoctors)
- ♦ Diplôme de comptabilité analytique (Chambre de commerce de Valence)
- ♦ Cours de comptabilité. Centre d'études financières
- ♦ Cours de leadership et de gestion d'équipe. César Piqueras
- ♦ Ingénieur agronome. Université polytechnique de Valence



M. Guillot, Jaime

- ♦ Diplôme en administration et gestion des affaires. Université polytechnique de Valence
- ♦ Spécialisation industrielle
- ♦ Cofondateur et directeur de la stratégie de l'agence Hikaru VR
- ♦ Cofondateur et directeur général de Drone Spain. (2014-2017)
- ♦ Fondateur de l'Internet & Mobile Business School. (2012-2015)
- ♦ Fondateur et PDG de Fight Technologies (2011-2013)
- ♦ Expérience approfondie des start-ups
- ♦ Chargé de cours dans le cadre du Master Bankinter en innovation et création d'entreprise
- ♦ Coach exécutif certifié par l'European School of Leaders (EEL)
- ♦ Formateur en programmes de leadership et de gestion des émotions en entreprise

Professeurs

M. Dolz, Juan Manuel

- ◆ Diplômé en sciences de l'entreprise (Université de Valence)
- ◆ Diplôme en administration et gestion des entreprises (Université de Valence)
- ◆ Formation professionnelle en marketing numérique (Internet Startup Camp - UPV)
- ◆ Consultant en numérisation des entreprises
- ◆ Expérience approfondie des start-ups
- ◆ 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

Mme Fortea Paricio, Anna

- ◆ Diplôme de droit de l'université de Valence
- ◆ Neurocoach professionnel
- ◆ Fondateur de l'European Leadership Center à Miami, USA
- ◆ Fondateur du Centre Anna Fortea pour la haute performance humaine à Valence, en Espagne
- ◆ Cofondateur d'Eseox
- ◆ Président de l'INA (International Neurocoaching Association)
- ◆ Conférencier dans plusieurs universités espagnoles, ainsi qu'à l'UAC et à l'université Humboldt de Miami, aux États-Unis
- ◆ Psychologie à l'UOC et Neurosciences à UPenn, Université de Pennsylvanie, USA
- ◆ Coach certifié CAC par le Centro de Alto Rendimiento Humano IESEC (Centre de Haute Performance Humaine)

Mme González Benavent, María

- ◆ Diplôme en administration et gestion des affaires, Université de Valence, Espagne
- ◆ Master en Neuromarketing appliqué au consommateur - Université de Barcelone (UB)
- ◆ Maîtrise en marketing et études de marché - Université de Valence (UB)
- ◆ Spécialiste du marketing et de la communication
- ◆ Spécialiste du marketing commercial
- ◆ Spécialiste de la logistique internationale, des communications et de l'analyse des coûts.
- ◆ Programme de marketing numérique et d'analyse Web. Google & IAB



*Une équipe de haut niveau avec
une spécialisation poussée et une
formation de la plus haute qualité"*

05

Structure et contenu

Les contenus de cette spécialisation ont été élaborés par différents enseignants avec un objectif clair: faire en sorte que nos étudiants acquièrent chacune des compétences nécessaires pour devenir de véritables experts dans ce domaine. Le contenu de ce cours vous permettra d' aux étudiants apprendre tous les aspects des différentes disciplines impliquées dans ce domaine. Un programme très complet et bien structuré qui vous mènera vers les plus hauts standards de qualité et de réussite.





“Grâce à un développement très bien compartimenté, vous pourrez accéder aux connaissances les plus avancées du moment vers la réussite”

Module 1. Leadership, éthique et RSE

- 1.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 1.1.1. Mondialisation et tendances: Internationalisation des marchés
 - 1.1.2. Environnement économique et Gouvernance d'entreprise
 - 1.1.3. *Accountability* ou Responsabilité
- 1.2. Leadership
 - 1.2.1. Environnement interculturel
 - 1.2.2. Leadership et Direction d'entreprise
 - 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction
- 1.3. Éthique des affaires
 - 1.3.1. Éthique et intégrité
 - 1.3.2. La conduite éthique des affaires
 - 1.3.3. Déontologie, codes d'éthique et de conduite
 - 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption
- 1.4. Durabilité
 - 1.4.1. Entreprise et Développement Durable
 - 1.4.2. Impact social, environnemental et économique
 - 1.4.3. Agenda 2030 et ODD
- 1.5. Responsabilité Sociale des entreprises
 - 1.5.1. Responsabilité Sociale des entreprises
 - 1.5.2. Rôles et responsabilités
 - 1.5.3. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises

Module 2. Orientation stratégique et gestion exécutive

- 2.1. Analyse et design organisationnelles
 - 2.1.1. La culture organisationnelle
 - 2.1.2. Analyse organisationnelle
 - 2.1.3. Design de la structure organisationnelle
- 2.2. Stratégie d'entreprise
 - 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
 - 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
 - 2.2.3. Détermination de la stratégie d'entreprise
 - 2.2.4. Stratégie d'entreprise et image de marque
- 2.3. Planification et formulation stratégiques
 - 2.3.1. Réflexion stratégique
 - 2.3.2. Formulation et planification stratégiques
 - 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise
- 2.4. Modèles et motifs stratégiques
 - 2.4.1. Richesse, valeur et rendement des investissements
 - 2.4.2. Stratégie d'entreprise: méthodologie
 - 2.4.3. Croissance et consolidation de la stratégie d'entreprise
- 2.5. La Direction stratégique
 - 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
 - 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Tableau de bord
 - 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
 - 2.5.4. Direction stratégique et *reporting*
- 2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques
 - 2.6.1. Mise en œuvre stratégique: objectifs, actions et impacts
 - 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
 - 2.6.3. Approche d'amélioration continue
- 2.7. *Management* Directif
 - 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
 - 2.7.2. Politique et processus de gestion
 - 2.7.3. *Knowledge Management*



- 2.8. Analyses et résolution de problèmes
 - 2.8.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
 - 2.8.2. Méthode des cas
 - 2.8.3. Positionnement et prise de décision

Module 3. Gestion des personnes et des talents

- 3.1. Comportement organisationnel
 - 3.1.1. Théorie des organisations
 - 3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
 - 3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances
- 3.2. La direction stratégique des personnes
 - 3.2.1. Conception des emplois, recrutement et sélection
 - 3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre
 - 3.2.3. Analyse de l'emploi; design et sélection des travailleurs
 - 3.2.4. Formation et développement professionnel
- 3.3. Développement de la gestion et le leadership
 - 3.3.1. Compétences en matière de gestion: les aptitudes et compétences du 21e siècle
 - 3.3.2. Aptitudes non-directives
 - 3.3.3. Carte des aptitudes et compétences
 - 3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines
- 3.4. Gestion du changement
 - 3.4.1. Analyse des performances
 - 3.4.2. Plan stratégique
 - 3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés, conception et gestion du processus
 - 3.4.4. Approche d'amélioration continue
- 3.5. Négociation et gestion des conflits
 - 3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs
 - 3.5.2. Techniques de négociation efficaces
 - 3.5.3. Conflits: facteurs et typologies
 - 3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication

- 3.6. La communication managériale
 - 3.6.1. Analyse des performances
 - 3.6.2. Faire face au changement. Résistance au changement
 - 3.6.3. Gestion des processus de changement
 - 3.6.4. Gestion d'équipes multiculturelles
- 3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes
 - 3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire
 - 3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes
 - 3.7.3. *Coaching* et gestion de personnes
 - 3.7.4. Réunions de direction: planification et gestion du temps
- 3.8. Gestion des connaissances et du talent
 - 3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations
 - 3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise
 - 3.8.3. Créativité et innovation

Module 4. Gestion économique et financière

- 4.1. Environnement Économique
 - 4.1.1. Théorie des organisations
 - 4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
 - 4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances
- 4.2. Comptabilité de gestion
 - 4.2.1. Cadre comptable international
 - 4.2.2. Introduction au cycle comptable
 - 4.2.3. États comptables des entreprises
 - 4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions
- 4.3. Budget et Contrôle de Gestion
 - 4.3.1. Planification budgétaire
 - 4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs
 - 4.3.3. Suivi et *rapports*
- 4.4. Responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
 - 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays

- 4.5. Systèmes de contrôle des entreprises
 - 4.5.1. Typologie du Contrôle
 - 4.5.2. Conformité réglementaire/*Compliance*
 - 4.5.3. Audit interne
 - 4.5.4. Audit externe
- 4.6. Direction Financière
 - 4.6.1. L'introduction à la Direction Financière
 - 4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise
 - 4.6.3. Directeur financier ou *Chief Financial Officer* (CFO): compétences en gestion directive
- 4.7. Planification Financière
 - 4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement
 - 4.7.2. Outils d'analyse financière
 - 4.7.3. Planification financière à court terme
 - 4.7.4. Planification financière à long terme
- 4.8. Stratégie financière de l'entreprise
 - 4.8.1. Investissements financiers des entreprises
 - 4.8.2. Croissance stratégique: typologies
- 4.9. Contexte Macroéconomique
 - 4.9.1. Analyse Macroéconomique
 - 4.9.2. Indicateurs à court terme
 - 4.9.3. Cycle économique
- 4.10. Financement Stratégique
 - 4.10.1. Activités bancaires: environnement actuel
 - 4.10.2. Analyse et gestion des risques
- 4.11. Marchés monétaires et des capitaux
 - 4.11.1. Marché des titres à revenu fixe
 - 4.11.2. Marché des actions
 - 4.11.3. Évaluation l'entreprise
- 4.12. Analyses et résolution de problèmes
 - 4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
 - 4.12.2. Méthode des cas

Module 5. Gestion des opérations et de la logistique

- 5.1. Direction des opérations
 - 5.1.1. Définir la stratégie des opérations
 - 5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement
 - 5.1.3. Systèmes d'indicateurs
- 5.2. Direction des achats
 - 5.2.1. Gestion des stocks
 - 5.2.2. Gestion des entrepôts
 - 5.2.3. Gestion des achats et des marchés publics
- 5.3. *Supply chain management (I)*
 - 5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations
 - 5.3.2. Changement de la structure de la demande
 - 5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation
- 5.4. *Supply chain management (II). Exécution*
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
 - 5.4.2. Gestion Logistique
 - 5.4.3. Achats
- 5.5. Processus logistiques
 - 5.5.1. Organisation et gestion par les processus
 - 5.5.2. Approvisionnement, production, distribution
 - 5.5.3. Qualité, coûts et outils de la qualité
 - 5.5.4. Service après-vente
- 5.6. La logistique et les clients
 - 5.6.1. Analyse et prévision de la demande
 - 5.6.2. Prévision et planification des ventes
 - 5.6.3. *Collaborative planning forecasting & replacement*
- 5.7. La logistique internationale
 - 5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation
 - 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux
 - 5.7.3. Plateformes logistiques internationales
- 5.8. Concurrence des opérations
 - 5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel de l'entreprise
 - 5.8.2. Technologies et sciences émergentes
 - 5.8.3. Les Systèmes d'information dans les opérations

Module 6. Gestion des systèmes d'information

- 6.1. Gestion des systèmes d'information
 - 6.1.1. Systèmes d'information des entreprises
 - 6.1.2. Décisions stratégiques
 - 6.1.3. Rôle du DSI
- 6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise
 - 6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels
 - 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet
 - 6.2.3. La valeur du service TI dans l'entreprise
- 6.3. Plan Stratégique du Système d'Information
 - 6.3.1. Le processus de la planification stratégique
 - 6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information
 - 6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie
- 6.4. Systèmes d'information et *business intelligence*
 - 6.4.1. CRM et Business Intelligence
 - 6.4.2. La gestion de projets de *Business Intelligence*
 - 6.4.3. L'architecture de *Business Intelligence*
- 6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC
 - 6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique
 - 6.5.2. Capacités pour innover
 - 6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur
- 6.6. Commerce électronique
 - 6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique
 - 6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique
 - 6.6.3. Le commerce électronique comme opportunité d'internationalisation
- 6.7. Stratégies de *E-Business*
 - 6.7.1. Stratégies des *Médias Sociaux*
 - 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client
 - 6.7.3. Régulation digitale
- 6.8. Digital business
 - 6.8.1. *Mobile e-Commerce*
 - 6.8.2. Conception et utilisation
 - 6.8.3. Opérations de commerce électronique

Module 7. Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise

- 7.1. Gestion Commerciale
 - 7.1.1. Gestion des ventes
 - 7.1.2. Stratégie de vente
 - 7.1.3. Techniques de vente de négociation
 - 7.1.4. Gestion des équipes de ventes
- 7.2. Gestion stratégique du Marketing
 - 7.2.1. Les sources d'innovation
 - 7.2.2. Tendances actuelles du Marketing
 - 7.2.3. Outils du Marketing
 - 7.2.4. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients
- 7.3. Stratégie du Marketing Digital
 - 7.3.1. Approche au Marketing Digital
 - 7.3.2. Outils du Marketing Digital
 - 7.3.3. Inbound Marketing et l'évolution du Marketing Digital
- 7.4. Stratégie de vente et de communication
 - 7.4.1. Positionnement et promotion
 - 7.4.2. Relations Publiques
 - 7.4.3. Stratégie de vente et de communication
- 7.5. Communication d'Entreprise
 - 7.5.1. Communication interne et externe
 - 7.5.2. Département de communication
 - 7.5.3. Direction de la Communication (DIRCOM): compétences de la direction et responsabilités
- 7.6. Stratégie de la Communication d'entreprise
 - 7.6.1. Stratégie de communication de l'entreprise
 - 7.6.2. Plan de Communication
 - 7.6.3. Rédaction de Communiqués de Presse/*Clipping*/*Publicity*

Module 8. Innovation et gestion de projet

- 8.1. Innovation
 - 8.1.1. Cadre Conceptuel de l'innovation
 - 8.1.2. Typologies de l'innovation
 - 8.1.3. Innovation continue et discontinue
 - 8.1.4. Formation et Innovation
- 8.2. Stratégie de l'Innovation
 - 8.2.1. Innovation et stratégie d'entreprise
 - 8.2.2. Projet global d'innovation: design et gestion
 - 8.2.3. Ateliers d'innovation
- 8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise
 - 8.3.1. Méthodologie *Lean Startup*
 - 8.3.2. Initiative commercial innovante: étapes
 - 8.3.3. Modalités de financement
 - 8.3.4. Outils de modélisation: carte d'empathie, modèle de canevas et métriques
 - 8.3.5. Croissance et fidélité
- 8.4. Direction et Gestion des projets
 - 8.4.1. Les opportunités d'innovation
 - 8.4.2. L'étude de faisabilité et la spécification des propositions
 - 8.4.3. La définition et la conception des projets
 - 8.4.4. L'exécution des projets
 - 8.4.5. La clôture des projets



Module 9. Les piliers de la gestion d'un cabinet dentaire

- 9.1. Introduction à la gestion d'un cabinet dentaire
 - 9.1.1. Concept de gestion
 - 9.1.2. Objectif de la gestion
- 9.2. La vision entrepreneuriale du cabinet dentaire
 - 9.2.1. Définition de l'entreprise: approche du cabinet dentaire en tant qu'entreprise de services
 - 9.2.2. Éléments de l'entreprise appliqués aux cabinets dentaires
- 9.3. La figure du manager
 - 9.3.1. Description du poste de direction dans les cliniques dentaires
 - 9.3.2. Les fonctions du manager
- 9.4. Formes d'organisation des entreprises
 - 9.4.1. Le propriétaire
 - 9.4.2. La personne morale en tant que propriétaire d'un cabinet dentaire
- 9.5. Connaissance du secteur clinico-dentaire
- 9.6. Terminologie et concepts clés du management et de la gestion d'entreprise
- 9.7. Modèles actuels de cliniques dentaires couronnés de succès

Module 10. Conception de votre clinique dentaire

- 10.1. Introduction et objectifs
- 10.2. Situation actuelle du secteur clinico-dentaire
 - 10.2.1. Niveau national
 - 10.2.2. Niveau international
- 10.3. L'évolution du secteur clinique-dentaire et ses tendances
 - 10.3.1. Niveau national
 - 10.3.2. Niveau international
- 10.4. Analyse de la concurrence
 - 10.4.1. Analyse des prix
 - 10.4.2. Analyse de la différenciation
- 10.5. Analyse SWOT
- 10.6. Comment concevoir le modèle Canvas pour votre cabinet dentaire
 - 10.6.1. Segment de clientèle

- 10.6.2. Besoins
- 10.6.3. Solutions
- 10.6.4. Chaînes
- 10.6.5. Proposition de valeur
- 10.6.6. Structure des revenus
- 10.6.7. Structure des coûts
- 10.6.8. Avantages concurrentiels
- 10.6.9. Chiffres clés
- 10.7. Méthode de validation de votre modèle d'entreprise: Cycle Lean Startup
 - 10.7.1. Cas 1: validation de votre modèle au stade de la création
 - 10.7.2. Cas 2: appliquer la méthode pour innover votre modèle actuel
- 10.8. L'importance de valider et d'améliorer le modèle économique de votre cabinet dentaire
- 10.9. Comment définir la proposition de valeur de notre clinique dentaire?
- 10.10. Mission, vision et valeurs
 - 10.10.1. Mission
 - 10.10.2. Vision
 - 10.10.3. Valeurs
- 10.11. Définition du patient cible
- 10.12. Emplacement optimal de ma clinique
 - 10.12.1. Plan d'étage
- 10.13. Niveaux d'effectifs optimaux
- 10.14. Importance d'un modèle de recrutement conforme à la stratégie définie
- 10.15. Les clés pour définir la politique de prix
- 10.16. Financement externe vs. Financement interne
- 10.17. Analyse de la stratégie d'un cas de réussite d'une clinique dentaire

Module 11. Introduction au Marketing

- 11.1. Principaux principes de base du marketing
 - 11.1.1. Les variables de base du Marketing
 - 11.1.2. L'évolution du concept de marketing
 - 11.1.3. Le marketing en tant que système d'échange
- 11.2. Nouvelles tendances en matière de marketing
 - 11.2.1. Évolution et avenir du marketing
- 11.3. L'intelligence émotionnelle appliquée au marketing
 - 11.3.1. Qu'est-ce que l'intelligence émotionnelle?
 - 11.3.2. Comment appliquer l'intelligence émotionnelle à votre stratégie de marketing?
- 11.4. Le marketing social et la responsabilité sociale des entreprises
- 11.5. Marketing interne
 - 11.5.1. Marketing traditionnel (Marketing Mix)
 - 11.5.2. Marketing de recommandation
 - 11.5.3. Marketing de contenu
- 11.6. Marketing externe
 - 11.6.1. Marketing opérationnel
 - 11.6.2. Marketing stratégique
 - 11.6.3. *Inbound Marketing*
 - 11.6.4. *Marketing par courriel*
 - 11.6.5. Marketing d'influenceurs
- 11.7. Le marketing Interne vs le marketing opérationnel
- 11.8. Techniques de fidélisation des patients
 - 11.8.1. L'importance de la rétention des patients
 - 11.8.2. Les outils numériques appliqués à la rétention des patients

Module 12. Le marketing 2.0

- 12.1. L'importance du Branding pour la différenciation
 - 12.1.1. Identité visuelle
 - 12.1.2. Les étapes du *Branding*
 - 12.1.3. *Branding* comme stratégie de différenciation
 - 12.1.4. Des archétypes *Junk* pour donner de la personnalité à votre marque
- 12.2. Le site web et le blog d'entreprise de la clinique dentaire
 - 12.2.1. Les clés d'un site web efficace et fonctionnel
 - 12.2.2. Choisir le ton de voix des canaux de communication
 - 12.2.3. Avantages d'avoir un blog d'entreprise
- 12.3. Utilisation efficace des médias sociaux
 - 12.3.1. L'importance de la stratégie en matière de médias sociaux
 - 12.3.2. Outils d'automatisation pour les médias sociaux
- 12.4. Utilisation de la messagerie instantanée
 - 12.4.1. L'importance de la communication directe avec vos patients
 - 12.4.2. Canal pour les promotions personnalisées ou les messages de masse
- 12.5. Importance de la narration transmédia dans la communication 2.0
- 12.6. Comment créer des bases de données par la communication?
- 12.7. Google Analytics pour mesurer l'impact de votre communication 2.0
- 12.8. Analyse de la situation
 - 12.8.1. Analyse de la situation extérieure
 - 12.8.2. Analyse de la situation interne
- 12.9. Détermination des objectifs
 - 12.9.1. Points clés de la fixation d'objectifs
- 12.10. Choix des stratégies
 - 12.10.1. Types de stratégies
- 12.11. Plan d'action
- 12.12. Budgets
 - 12.12.1. Allocation budgétaire
 - 12.12.2. Prévission des résultats
- 12.13. Méthodes de contrôle et de suivi et le suivi

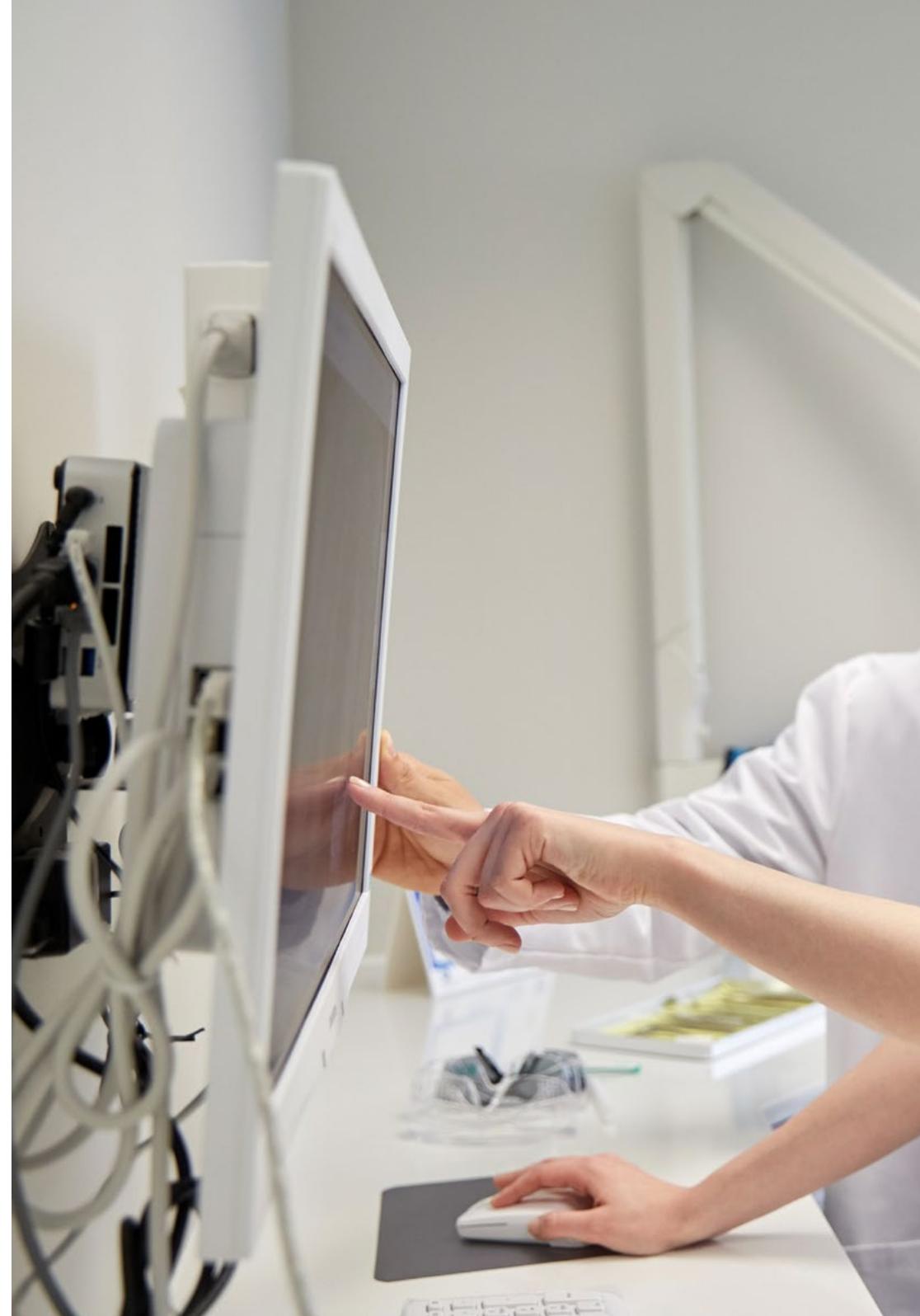
Module 13. La valeur du capital humain

- 13.1. Introduction à la gestion des ressources humaines
- 13.2. Culture d'entreprise et climat de travail
- 13.3. L'équipe
 - 13.3.1. L'équipe dentaire
 - 13.3.2. L'équipe auxiliaire
 - 13.3.3. Administration et gestion
- 13.4. Organigramme de notre cabinet dentaire
 - 13.4.1. Organigramme de la clinique: hiérarchie
 - 13.4.2. Description des départements dans l'organigramme
 - 13.4.3. Descriptions de poste pour chaque département
 - 13.4.4. Attribution des tâches pour chaque poste
 - 13.4.5. Coordination des services
- 13.5. Introduction à la gestion du travail et des ressources humaines
- 13.6. Stratégies d'incorporation du capital humain
 - 13.6.1. Stratégie de sélection du personnel
 - 13.6.2. Stratégie de recrutement
- 13.7. Politique de rémunération
 - 13.7.1. Rémunération fixe
 - 13.7.2. Rémunération variable
- 13.8. Rémunération variable
 - 13.8.1. Qu'est-ce que la rétention des talents?
 - 13.8.2. Avantages de la rétention des talents dans un cabinet dentaire
 - 13.8.3. Moyens de retenir les talents
- 13.9. Stratégie de gestion des absences
 - 13.9.1. L'importance de la planification de la gestion des absences
 - 13.9.2. Les moyens de gérer les absences dans un cabinet dentaire
- 13.10. La relation de travail
 - 13.10.1. Le contrat de Travail
 - 13.10.2. Le contrat de travail

- 13.11. Modalités de recrutement
 - 13.11.1. Types et modalités des contrats de travail
 - 13.11.2. Modifications substantielles du contrat de travail
 - 13.11.3. Inefficacité, suspension et résiliation du contrat de travail
- 13.12. Gestion des salaires
 - 13.12.1. La gestion: l'allié intelligent du dentiste
 - 13.12.2. Cotisations de sécurité sociale
 - 13.12.3. Retenue d'impôt sur le revenu des personnes physiques
- 13.13. Réglementation juridique
 - 13.13.1. Le système de sécurité sociale
 - 13.13.2. Régimes de sécurité sociale
 - 13.13.3. Enregistrement et désenregistrement

Module 14. Gestion des équipes

- 14.1. Qu'est-ce que le leadership personnel?
- 14.2. L'importance d'appliquer la règle des 33%
- 14.3. Avantages de la mise en œuvre d'une culture de leadership dans le cabinet dentaire
- 14.4. Quel type de leadership est le mieux adapté à la gestion de votre cabinet dentaire?
 - 14.4.1. Leadership autocratique
 - 14.4.2. Leadership par objectifs
 - 14.4.3. Un leadership fondé sur des valeurs
- 14.5. Compétences personnelles en matière de leadership
 - 14.5.1. Réflexion stratégique
 - 14.5.2. L'importance de la vision du dirigeant
 - 14.5.3. Comment développer une attitude autocritique saine?
- 14.6. Compétences en leadership interpersonnel
 - 14.6.1. Communication assertive
 - 14.6.2. Capacité à déléguer
 - 14.6.3. Donner et recevoir un *Feedback*
- 14.7. Intelligence émotionnelle appliquée aux techniques de Conflit
 - 14.7.1. Identifier les émotions de base du jeu d'acteur
 - 14.7.2. L'importance de l'écoute active
 - 14.7.3. L'empathie comme compétence personnelle essentielle
 - 14.7.4. Comment identifier le détournement des émotions
 - 14.7.5. Comment parvenir à des accords gagnant-gagnant?





- 14.8. Les avantages de la technique de la constellation organisationnelle
- 14.9. Techniques de motivation pour retenir les talents
 - 14.9.1. Reconnaissance
 - 14.9.2. Attribution des responsabilités
 - 14.9.3. Promotion de la santé au travail
 - 14.9.4. Fournir des incitations
- 14.10. L'importance de l'évaluation des performances

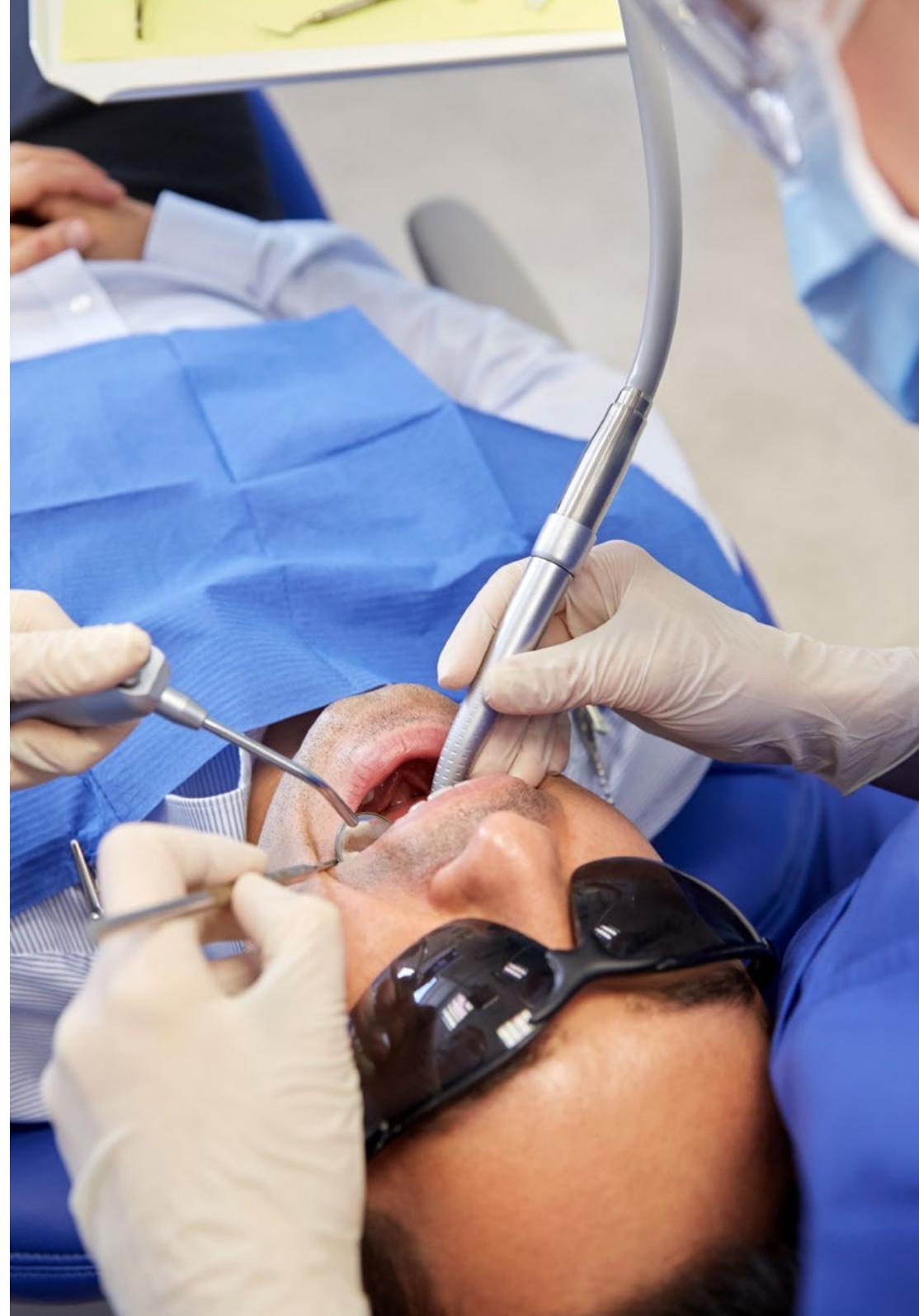
Module 15. Qualité et gestion du temps dans le cabinet dentaire

- 15.1. Qualité appliquée aux traitements proposés
 - 15.1.1. Définition de la qualité en odontologie
 - 15.1.2. Standardisation des processus dans la clinique dentaire
- 15.2. Principes de gestion de la qualité
 - 15.2.1. Qu'est-ce qu'un système de gestion de la qualité?
 - 15.2.2. Avantages pour l'organisation
- 15.3. Qualité dans l'exécution des tâches
 - 15.3.1. Protocoles: définition
 - 15.3.2. Protocoles: objectifs de leur application
 - 15.3.3. Protocoles: avantages de leur mise en œuvre
 - 15.3.4. Exemple pratique: protocole de visite
- 15.4. Outils de suivi et de révision des protocoles
- 15.5. L'amélioration continue dans les cliniques dentaires
 - 15.5.1. Qu'est-ce que l'amélioration continue
 - 15.5.2. Phase 1: consultation
 - 15.5.3. Phase 2: Apprentissage
 - 15.5.4. Phase 3: Suivi
- 15.6. Qualité pour l' satisfaction des patients
 - 15.6.1. Enquêtes de satisfaction
 - 15.6.2. Mise en œuvre de l'enquête de satisfaction
 - 15.6.3. Rapports d'amélioration
- 15.7. Rapports d'amélioration
 - 15.7.1. Étude de cas n° 1: protocole de gestion des urgences
 - 15.7.2. Etude de cas 2: préparation d'une enquête de satisfaction

- 16.7. Négociation dans les achats
 - 16.7.1. Connaissances et compétences nécessaires
 - 16.7.2. Les étapes du processus de négociation
 - 16.7.3. Conseils pour une négociation réussie
- 16.8. La qualité dans les achats
 - 16.8.1. Avantages pour l'ensemble de la clinique
 - 16.8.2. Paramètres de mesure
- 16.9. Indicateurs d'efficacité
- 16.10. Nouvelles tendances dans la gestion des achats

Module 17. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires

- 17.1. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires
- 17.2. Le bilan
 - 17.2.1. Composition du bilan
 - 17.2.2. Actif
 - 17.2.3. Passif
 - 17.2.4. Actions
 - 17.2.5. Interprétation du bilan
- 17.3. Le compte de résultat
 - 17.3.1. Composition du compte de résultat
 - 17.3.2. Interprétation du compte de résultat
- 17.4. Introduction à la comptabilité des furets
- 17.5. Avantages de la mise en œuvre
- 17.6. Les coûts fixes dans le cabinet dentaire
 - 17.6.1. Définition des coûts fixes
 - 17.6.2. Coûts fixes d'un cabinet dentaire
 - 17.6.3. Coût/heure du professionnel
- 17.7. Coûts variables dans une clinique dentaire
 - 17.7.1. Définition des coûts variables
 - 17.7.2. Coûts variables d'un cabinet dentaire
- 17.8. Coût/heure d'un cabinet dentaire
- 17.9. Échelles de traitement
- 17.10. Bénéfice du traitement



- 15.8. Gestion de la santé et de la sécurité au travail dans une clinique dentaire
 - 15.8.1. Importance de définir les principales tâches dans le cabinet dentaire
 - 15.8.2. Technique de productivité "une tâche, un responsable"
 - 15.8.3. Gestionnaires de tâches numériques
- 15.9. Standardisation du temps dans les traitements dentaires
 - 15.9.1. L'importance de la collecte de données temporelles
 - 15.9.2. Comment documenter la normalisation du temps?
- 15.10. Méthodologie de recherche pour l'optimisation des processus de qualité
- 15.11. Description du modèle de gestion de la qualité des services dentaires
- 15.12. L'audit de santé: les phases

Module 16. Gestion des achats et des entrepôts

- 16.1. L'importance d'une bonne planification des achats
- 16.2. Responsabilités de la fonction achats dans un cabinet dentaire
- 16.3. Gestion efficace de notre entrepôt
 - 16.3.1. Coûts d'entreposage
 - 16.3.2. Inventaire de sécurité
 - 16.3.3. Enregistrement du matériel entrant et sortant
- 16.4. Les étapes du processus d'achat
 - 16.4.1. Rechercher des informations et envisager des alternatives
 - 16.4.2. Évaluation et prise de décision
 - 16.4.3. Suivi et contrôle
- 16.5. Les modes d'exécution des comptes et la gestion des comptes
 - 16.5.1. Adapter le type de commande à nos besoins
 - 16.5.2. Gestion des risques
- 16.6. Relation avec le fournisseur
 - 16.6.1. Types de relations
 - 16.6.2. Politique de paiement
- 16.7. Négociation dans les achats
 - 16.7.1. Connaissances et compétences nécessaires
 - 16.7.2. Les étapes du processus de négociation
 - 16.7.3. Conseils pour une négociation réussie

- 16.8. La qualité dans les achats
 - 16.8.1. Avantages pour l'ensemble de la clinique
 - 16.8.2. Paramètres de mesure
- 16.9. Indicateurs d'efficacité
- 16.10. Nouvelles tendances dans la gestion des achats

Module 17. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires

- 17.1. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires
- 17.2. Le bilan
 - 17.2.1. Composition du bilan
 - 17.2.2. Actif
 - 17.2.3. Passif
 - 17.2.4. Actions
 - 17.2.5. Interprétation du bilan
- 17.3. Le compte de résultat
 - 17.3.1. Composition du compte de résultat
 - 17.3.2. Interprétation du compte de résultat
- 17.4. Introduction à la comptabilité des furets
- 17.5. Avantages de la mise en œuvre
- 17.6. Les coûts fixes dans le cabinet dentaire
 - 17.6.1. Définition des coûts fixes
 - 17.6.2. Coûts fixes d'un cabinet dentaire typique
 - 17.6.3. Coût/heure du professionnel
- 17.7. Coûts variables dans une clinique dentaire
 - 17.7.1. Définition des coûts variables
 - 17.7.2. Coûts variables d'un cabinet dentaire typique
- 17.8. Coût/heure d'un cabinet dentaire
- 17.9. Échelles de traitement
- 17.10. Bénéfice du traitement
- 17.11. Stratégie *Pricing*
- 17.12. Introduction à l'analyse financier

- 17.13. Factures et autres documents de paiement
 - 17.13.1. La facture: signification et contenu minimal
 - 17.13.2. Autres documents de paiement
- 17.14. Autres documents de paiement
 - 17.14.1. Organisation administrative
 - 17.14.2. La gestion des recettes et des paiements
 - 17.14.3. Le budget de la trésorerie
 - 17.14.4. Analyse ABC des patients
 - 17.14.5. Mauvaises créances
- 17.15. Modalités de financement Externe
 - 17.15.1. Financement bancaire
 - 17.15.2. *Leasing* (location financière)
 - 17.15.3. Différences entre *Leasing* et *Renting*
 - 17.15.4. Escompte de papier commercial
- 17.16. Analyse des liquidités de votre clinique
- 17.17. Analyse de la rentabilité de votre clinique
- 17.18. Analyse de la dette

Module 18. Soins dentaires

- 18.1. Concepts de base
 - 18.1.1. Définition et objectifs
 - 18.1.2. Domaines d'application
 - 18.1.3. Acte clinique
 - 18.1.4. Le dentiste
- 18.2. Principes généraux
 - 18.2.1. Principe d'égalité des patients
 - 18.2.2. Priorité des intérêts du patient
 - 18.2.3. Fonctions professionnelles du dentiste
- 18.3. Soins aux patients
 - 18.3.1. Traiter avec le patient
 - 18.3.2. Le patient mineur
 - 18.3.3. Liberté de choix du praticien
 - 18.3.4. Liberté d'acceptation et de refus des patients





- 18.4. Le dossier médical
- 18.5. Informations pour les patients
 - 18.5.1. Le droit du patient à l'information clinique
 - 18.5.2. Consentement libre et éclairé
 - 18.5.3. Rapports cliniques
- 18.6. Le secret professionnel
 - 18.6.1. Concept et contenu
 - 18.6.2. Concept et contenu
 - 18.6.3. Exceptions au secret professionnel
 - 18.6.4. Fichiers informatiques
- 18.7. Publicité
 - 18.7.1. Exigences de base pour une publicité professionnelle
 - 18.7.2. Mention des titres
 - 18.7.3. Publicité professionnelle
 - 18.7.4. Actions ayant un effet publicitaire possible

“

Une spécialisation complète qui vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour rivaliser avec les meilleurs”

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. Gérvas, 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 de Harvard 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

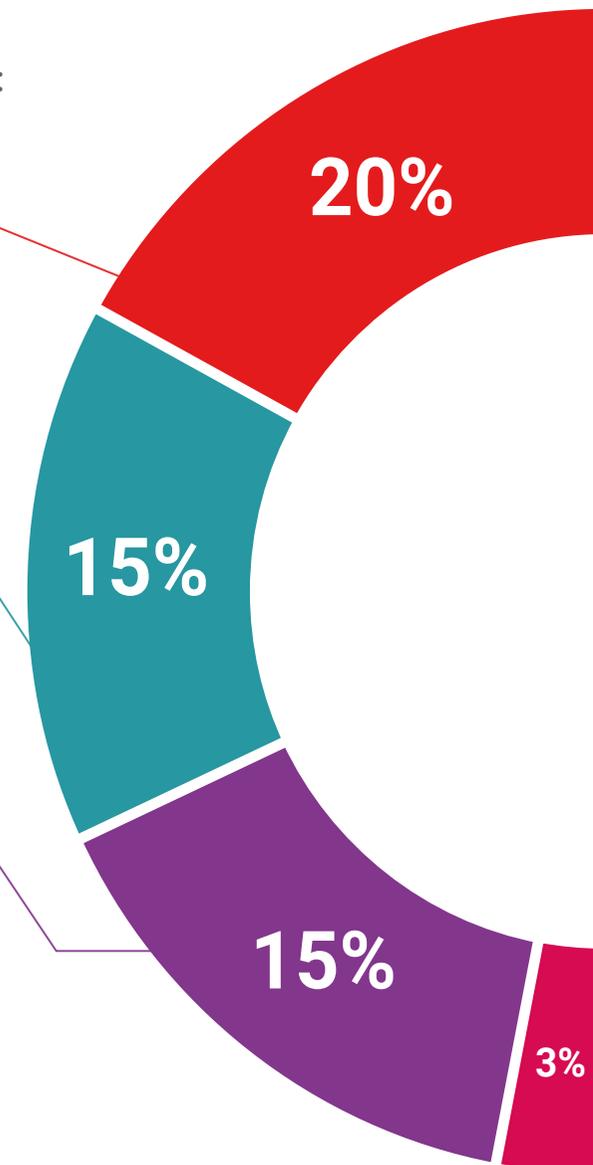
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

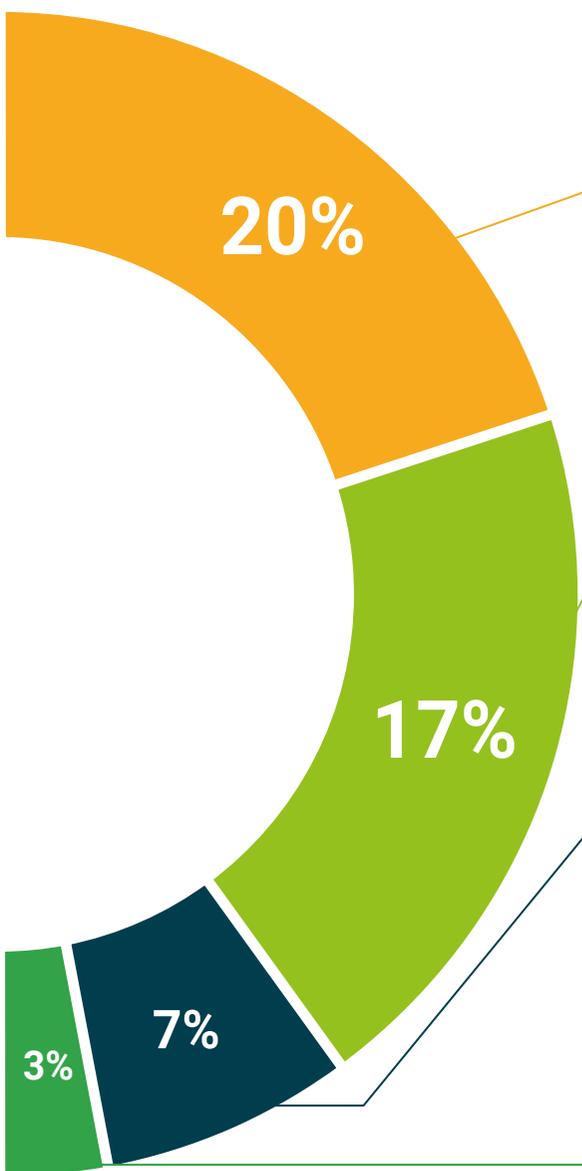
Ce système unique de formation à la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



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.





Études de cas dirigées par des experts

Un apprentissage efficace doit nécessairement être contextuel. Pour cette raison, TECH présente le développement de cas réels dans lesquels l'expert guidera l'étudiant à travers le développement de la prise en charge et la résolution de différentes situations: une manière claire et directe d'atteindre le plus haut degré de compréhension.



Testing & Retesting

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



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Guides d'action rapide

À TECH nous vous proposons les contenus les plus pertinents du cours sous forme de feuilles de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



07 Diplôme

Le Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

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

Ce **Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception le diplôme de **Mastère Avancé** par **TECH Université technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires**

N.º d'Heures Officielles: **3.000 h.**



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

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formations

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Avancé
MBA en Gestion et
Direction de
Cliniques Dentaires

Modalité: En ligne

Durée: 2 ans

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 3.000 h.

Mastère Avancé

MBA en Gestion et Direction
de Cliniques Dentaires

