

商学院校级硕士 兽医中心管理 MBA





tech 科学技术大学

商学院校级硕士 兽医中心管理 MBA

- » 模式:在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/professional-master-degree/master-mba-veterinary-center-management

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的课程?	04 目标
4	6	10	14
	05 能力	06 结构和内容	07 方法
	20	24	40
	08 我们学生的特质	09 课程管理	10 对你事业的影响
	48	52	74
		11 对你公司的好处	12 学位
		78	82

01 欢迎

兽医诊所的管理和指导是一项复杂的任务,因为它要求专业人员不仅要有扎实的业务知识,这是决定一个中心成败的工作领域之一,而且还要有兽医方面的研究,能够理解并参与动物的护理。该领域的培训需要一系列技能,而这门完整的MBA课程为你编制了一个高质量的项目,由该领域的专家团队精心设计。



兽医中心管理 MBA
TECH 科技大学



“

在一个对你的职业生涯有高影响力的课程中掌握兽医中心管理的最先进策略”

02

为什么在TECH学习?

TECH是世界上最大的100%在线商业学校。它是一所精英商学院，具有最大的学术需求模式。一个国际高绩效和管理技能强化培训的中心。



“

TECH是一所站在技术前沿的大学, 它将所有资源交给学生支配, 以帮助他们取得商业成功”

TECH 科技大学



创新

该大学提供一种在线学习模式,将最新的教育科技与最大的教学严谨性相结合。一种具有最高国际认可度的独特方法,将为学生提供在不断变化的世界中发展的钥匙,在这个世界上,创新必须是所有企业家的基本承诺。

“由于在节目中加入了创新的互动式多视频系统,被评为“微软欧洲成功案例”。



最高要求

TECH的录取标准不是经济方面的。在这所大学学习没有必要进行大量投资。然而,为了从TECH毕业,学生的智力和能力的极限将受到考验。该机构的学术标准非常高。

95% | TECH学院的学生成功完成学业



联网

来自世界各地的专业人员参加TECH,因此,学生将能够建立一个庞大的联系网络,对他们的未来很有帮助。

+100,000

每年培训的管理人员

+200

不同国籍的人



赋权

学生将与最好的公司和具有巨大声望和影响力的专业人士携手成长。TECH已经与7大洲的主要经济参与者建立了战略联盟和宝贵的联系网络。

+500

| 与最佳公司的合作协议



人才

该计划是一个独特的建议,旨在发挥学生在商业领域的才能。这是一个机会,你可以利用它来表达你的关切和商业愿景。

TECH帮助学生在这个课程结束后向世界展示他们的才华。



多文化背景

通过在TECH学习,学生将享受到独特的体验。你将在一个多文化背景下学习。在一个具有全球视野的项目中,由于该项目,你将能够了解世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的创新信息。

TECH的学生来自200多个国家。



TECH追求卓越,为此,有一系列的特点,使其成为一所独特的大学:



分析报告

TECH探索学生批判性的一面,他们质疑事物的能力,他们解决问题的能力和他们的人际交往能力。



优秀的学术成果

TECH为学生提供最好的在线学习方法。大学将再学习方法(国际公认的研究生学习方法)与哈佛大学商学院的案例研究相结合。传统和前卫在一个艰难的平衡中,在最苛刻的学术行程中。



规模经济

TECH是世界上最大的网上大学。它拥有超过10,000个大学研究生课程的组合。而在新经济中,数量+技术=颠覆性价格。这确保了学习费用不像在其他大学那样昂贵。



向最好的人学习

TECH教学团队在课堂上解释了导致他们在其公司取得成功的原因,在一个真实、活泼和动态的环境中工作。全力以赴提供优质专业的教师,使学生在事业上有所发展,在商业世界中脱颖而出。

来自20个不同国籍的教师。



在TECH,你将有机会接触到学术界最严格和最新的案例研究"

03

为什么选择我们的课程？

完成科技课程意味着在高级商业管理领域取得职业成功的可能性倍增。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了通往美好未来的大门。学生将从最好的教学团队和最灵活、最创新的教育方法中学习。





“

我们拥有最著名的教师队伍和市场上最完整的教学大纲,这使我们能够为您提供最高学术水平的培训”

该方案将提供众多的就业和个人利益,包括以下内容。

01

对学生的职业生涯给予明确的推动

通过在TECH学习,学生将能够掌握自己的未来,并充分开发自己的潜力。完成该课程后,你将获得必要的技能,在短期内对你的职业生涯作出积极的改变。

本专业70%的学员在不到2年的时间内实现了职业的积极转变。

02

制定公司的战略和全球愿景

TECH提供了一般管理的深刻视野,以了解每个决定如何影响公司的不同职能领域。

我们对公司的全球视野将提高你的战略眼光。

03

巩固高级商业管理的学生

在TECH学习,为学生打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,使他们能够将自己定位为高级管理人员,对国际环境有一个广阔的视野。

你将在100多个高层管理的真实案例中工作。

04

承担新的责任

在该课程中,将介绍最新的趋势、进展和战略,以便学生能够在不断变化的环境中开展专业工作。

45%的参训人员在内部得到晋升。

05

进入一个强大的联系网络

TECH将其学生联系起来,以最大限度地增加机会。有同样关注和渴望成长的学生。你将能够分享合作伙伴、客户或供应商。

你会发现一个对你的职业发展至关重要的联系网络。

06

以严格的方式开发公司项目

学生将获得深刻的战略眼光,这将有助于他们在考虑到公司不同领域的情况下开发自己的项目。

我们20%的学生发展自己的商业理念。

07

提高软技能和管理技能

TECH帮助学生应用和发展他们所获得的知识,并提高他们的人际交往能力,使他们成为有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,为你的职业注入活力。

08

成为一个独特社区的一部分

学生将成为由精英经理人、大公司、著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授组成的社区的一部分:TECH 科技大学社区。

我们给你机会与国际知名的教授团队一起进行专业学习。

04 目标

通过兽医中心管理 MBA 的评估后, 专业人员将获得必要的技能, 在最创新的教学方法基础上进行高质量和最新的实践。



“

在高影响力教育项目中, 成功参与
兽医诊所管理 MBA 所需的培训”

TECH 会把学生的目标作为自己的，
并与学生一同致力达成

兽医中心管理 MBA 将培养学生具备以下能力：

01

了解关于兽医服务部门的专业知识：环境、挑战和趋势

02

确定兽医服务部门在不断变化的环境中的培训需求

03

建立一个拟定年度业务计划的方法

04

吸收它是一个动态的文件，应这个伴随我们整个一年

05

检视成功经营兽医中心所需的财务概念



06

开发财务工具来管理兽医诊所

08

建立有效和系统的方法来制定兽医诊所的动态和创新业务战略

09

生成关于创新的专业知识, 作为为兽药创造差异化价值主张的手段

07

汇编生成财务记分卡的必要数据

10

提出一种方法来有效地处理有情绪的客户



11

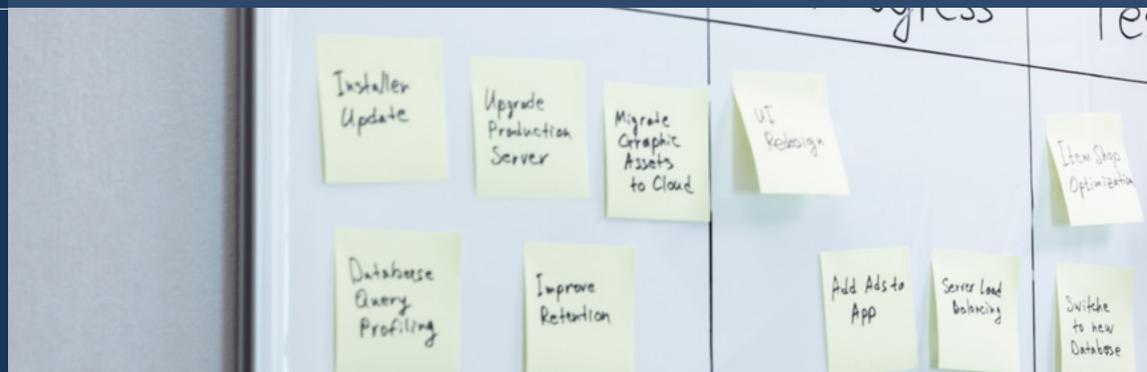
制定忠诚度流程

14

剖析商品销售工具

12

确立如何为兽医服务设定和定价



13

吸收交叉销售的重要性

15

研究线上和线下营销之间的一致性

16

培养良好人事管理的必要技能

18

明确将要成立公司的法律形式, 以及从公司到合作伙伴的每一种的特殊性



17

培训管理人员成功处理专业团队内的冲突

20

审查我们因经营兽医保健中心而获得的民事责任, 通过适用集体协议为我们的工人和一般客户提供服务

19

始终从保护消费者的角度, 分析兽医保健中心向公众开放后应适用的不同立法, 以提供优质服务, 如数据保护、职业健康、辐射保护等

05 能力

通过兽医中心管理 MBA 的评估后, 专业人员将获得必要的技能, 在最创新的教学方法基础上进行高质量和最新的实践。





“

完成这个课程将使你获得成功管理兽医诊所的必要技能”

01

以最有效和高效的方式管理公司

02

设计、阐述、实施、监督和改进商业计划

03

了解公共卫生领域的新挑战, 遵循绿色和可持续经济的指导方针

04

进行SWOT分析, 以了解企业和环境的特殊性, 并能利用其提供的好处

05

进行公司的经济-财务管理

06

设计并实施适当的商业模式, 以吸引潜在客户

07

知道如何以理想的方式与客户沟通, 以改善他们的体验

10

领导公司, 有能力解决公司的内部冲突

08

设计和实施提高公司业绩的营销战略

11

应用管理模式精益

09

深入了解公司员工的情况, 以便将他们安置在最合适的岗位上并评估他们的表现

12

对影响兽医中心的法律问题有深入了解

06

结构和内容

TECH 科技大学的兽医中心管理 MBA 是为满足学生的需求而开发的,以100%的在线形式授课,这样他们就可以选择最适合他们的时间和地点,日程安排和兴趣。



“

一个旨在将理论学习转化为
实际工作技能的教学大纲”

教学大纲

这一培训的设立是为了使学生能够以密集和高效的方式获得这一领域的必要知识。一个改善你培训的机会，有教学市场上最有效的在线方法。TECH让学生有机会将这一领域的知识纳入其学术课程。此外，通过这个方案，你将有机会接触到一种旨在与你的职业或个人生活完全兼容的工作方式。

在整个课程中，将通过个人工作分析大量的实际案例，这是一种获得深入学习的独特方式，学生将能够将其转移到日常工作中。因此，它是一个真正的沉浸在真实的商业环境中。

为学生设计的计划，专注于他们的专业提高，并为他们实现卓越而做准备。一个，通过基于最新趋势的创新内容了解你和你组织机构需求的课程，并得到最佳教育方法和杰出师资的支持，这将为你提供创造性和高效地解决关键情况的技能。

这个课程历时12个月，分为13个模块：

模块1	兽医保健中心的经济部门
模块2	适用于兽医中心的业务计划
模块3	用于兽医中心的资金
模块4	兽医中心的商业战略和创新
模块5	兽医中心的客户/用户
模块6	兽医中心应用的营销
模块7	兽医机构的人力资源管理
模块8	在兽医中心应用的领导和管理技能
模块9	兽医中心的生产流程
模块10	兽医机构的法律问题和管理
模块11	公司的领导力、道德和社会责任
模块12	人事和人才管理
模块13	执行管理



何时,何地,如何授课?

TECH你提供了完全在网上开发这一方案的可能性。在培训持续的12个月中,你可以学生将能够访问这个课程的所有内容,这将使你能够自我管理你的学习时间。

这将是一个独特而关键的教育旅程,将成为你专业发展的决定性一步,助你实现明显的飞跃。

模块 1. 兽医保健中心的经济部门

1.1. 宠物在当今社会中的作用

- 1.1.1. 宠物及其对人类身心健康的益处
- 1.1.2. 宠物与未成年人的健康成长
- 1.1.3. 宠物与健康老龄化
- 1.1.4. 宠物和社区共存的好处
- 1.1.5. 虐待动物及其与家庭暴力的关系
- 1.1.6. 治疗和援助环境中的动物

1.2. 公司在当前社会环境中的作用

- 1.2.1. 企业社会责任
- 1.2.2. 气候变化与绿色新政
- 1.2.3. 可持续发展目标 (SDG) 和 2030 年议程
- 1.2.4. 兽医服务公司面临的挑战

1.3. 宠物市场

- 1.3.1. 工业、零售和分销
- 1.3.2. 服务
 - 1.3.2.1. 兽医临床服务
 - 1.3.2.2. 狗训练服务
 - 1.3.2.3. 美发服务
 - 1.3.2.4. 控制野生动物种群
- 1.3.3. 兽用药用产品的销售
- 1.3.4. 宠物养殖和销售
- 1.3.5. 非政府组织

1.4. 兽医保健中心和服务的类型

- 1.4.1. 兽医保健中心
- 1.4.2. 兽医保健服务
- 1.4.3. 公私营协作

1.5. 兽医临床部门的宏观经济形势

- 1.5.1. 部门社会经济情况
- 1.5.2. 部门就业情况

1.6. 兽医部门的数字健康

- 1.6.1. 兽医部门的数字化
- 1.6.2. 有利于变革的因素和数字工具
- 1.6.3. 阻碍数字化发展的因素
- 1.6.4. 数字微分器
- 1.6.5. 兽医领域的现状和数字化挑战

1.7. 应用于兽医保健中心的“一个健康”概念

- 1.7.1. 一种健康的总体概念——一种幸福
- 1.7.2. 临床兽医在“同一个健康”中的作用

1.8. 兽医卫生中心劳动类别培训

- 1.8.1. 这个部门培训的当前背景和兽医保健中心的实际需求
- 1.8.2. 持续培训
- 1.8.3. 双重阵型

1.9. 行业经营战略

- 1.9.1. 商业协会:它们是什么,如何行使,有什么作用
- 1.9.2. 主动干预影响这个行业的法规的制定

1.10. 不确定时间、变化时间和市场趋势

- 1.10.1. 具有新概念和感性的工人
- 1.10.2. 有新要求和需求的客户
- 1.10.3. 公共卫生新挑战
- 1.10.4. 新的沟通方式

模块 2. 适用于兽医中心的业务计划**2.1. 兽医中心的商业计划**

- 2.1.1. 计划与控制:同一枚硬币的两面
- 2.1.2. 为什么以及为什么要有计划?
- 2.1.3. 谁应这个做?
- 2.1.4. 什么时候做?
- 2.1.5. 怎么做?
- 2.1.6. 一定要书面吗?
- 2.1.7. 需要回答的问题
- 2.1.8. 商业计划的部分

2.2. 外部分析一:兽医中心环境

- 2.2.1. 这个包含什么?
- 2.2.2. 政治环境
- 2.2.3. 经济环境
- 2.2.4. 社会环境
- 2.2.5. 技术环境
- 2.2.6. 生态环境
- 2.2.7. 法律环境

2.3. 外部分析二:兽医中心行业的竞争环境

- 2.3.1. 客户
- 2.3.2. 权限
- 2.3.3. 供应商
- 2.3.4. 其他

2.4. 兽医中心的内部分析

- 2.4.1. 设施设备
- 2.4.2. 个人
- 2.4.3. 收入/支出
- 2.4.4. 客户
- 2.4.5. 价格
- 2.4.6. 服务
- 2.4.7. 与客户沟通
- 2.4.8. 教育
- 2.4.9. 供应商
- 2.4.10. 权限

2.5. 应用于兽医中心的 SWOT 和 CAME 分析

- 2.5.1. 弱点
- 2.5.2. 优势
- 2.5.3. 威胁
- 2.5.4. 机会
- 2.5.5. 正确
- 2.5.6. 应对
- 2.5.7. 维护
- 2.5.8. 业务

2.6. 兽医中心作为公司的目标

- 2.6.1. 是什么?
- 2.6.2. 特点SMART
- 2.6.3. 类型

2.7. 兽医中心的经营策略

- 2.7.1. 服务营销的 7 P
- 2.7.2. 产品-服务
- 2.7.3. 价格
- 2.7.4. 分布
- 2.7.5. 沟通
- 2.7.6. 人
- 2.7.7. 临床催眠的
- 2.7.8. 证据

2.8. 兽医中心战略行动计划

- 2.8.1. 是什么?
- 2.8.2. 如何制定战略?
- 2.8.3. 每项行动应考虑哪些因素?
- 2.8.4. 根据对业务的重要性确定行动的优先级
- 2.8.5. 调度

2.9. 兽医中心业务计划的控制和监控

- 2.9.1. 规划与控制
- 2.9.2. 是什么,为什么必要?
- 2.9.3. 谁以及如何控制?
- 2.9.4. 基于指标的控制
- 2.9.5. 决策

2.10. 应用于兽医中心业务计划的应急计划

- 2.10.1. 它是什么以及它的用途是什么?
- 2.10.2. 如何做到这一点
- 2.10.3. 如何使用它?

模块 3. 用于兽医中心的资金

3.1. 兽医中心的费用和收入

- 3.1.1. 固定成这个
- 3.1.2. 可变成这个
- 3.1.3. 直接成这个
- 3.1.4. 间接成这个
- 3.1.5. 服务收入
- 3.1.6. 产品销售收入
- 3.1.7. 毛利率
- 3.1.8. 净利润
- 3.1.9. 购买保证金
- 3.1.10. 销售保证金

3.2. 兽医中心的损益表

- 3.2.1. EBITDA
- 3.2.2. 息税前利润或息税前利润
- 3.2.3. 成这个效益
- 3.2.4. 生产力
- 3.2.5. 净结果

3.3. 兽医中心的仓库存货管理

- 3.3.1. 销售成这个
- 3.3.2. 库存管理系统的特点
- 3.3.3. 采购和库存控制
- 3.3.4. 库存警报点
- 3.3.5. 安全库存
- 3.3.6. 程序点
- 3.3.7. 库存轮换

3.4. 兽医中心的销售比率盈亏平衡点

- 3.4.1. 兽医中心的主要实用比率
 - 3.4.1.1. 交易频率
 - 3.4.1.2. 平均交易金额
 - 3.4.1.3. 每个客户的平均消费
 - 3.4.1.4. 日交易笔数
 - 3.4.1.5. 每年的交易数量
- 3.4.2. 盈亏平衡概念
- 3.4.3. 盈亏平衡点的预期计算
- 3.4.4. 回算盈亏平衡点

3.5. 兽医中心服务成这个分析技术投资

- 3.5.1. 兽医中心成这个分析的基础知识
 - 3.5.1.1. 兽医实践的成这个分析
 - 3.5.1.2. 其他专业服务成这个分析
- 3.5.2. 计算技术投资的盈利能力

3.6. 兽医中心的财务控制和预算管理

- 3.6.1. 资金控制的基这个原理
- 3.6.2. 资金控制工具
- 3.6.3. 预算管理基础
- 3.6.4. 预算管理工具

3.7. 兽医中心的经济估值

- 3.7.1. 兽医中心经济评估的基础
- 3.7.2. 评估兽医中心的方法
- 3.7.3. 商誉

3.8. 兽医中心主要管理指标

- 3.8.1. 概念
- 3.8.2. 基这个信息
- 3.8.3. 兽医中心最常见的指标
- 3.8.4. 人力资源基这个指标
- 3.8.5. 客户服务质量基这个指标
- 3.8.6. 关键管理指标的选择

3.9. 应用于兽医机构的财务平衡计分卡

- 3.9.1. 财务记分卡的基这个原理
- 3.9.2. 趋势分析和期间比较
- 3.9.3. 控制面板操作
- 3.9.4. 记分卡结果的解释

3.10. 兽医中心的平衡情况

- 3.10.1. 概念
- 3.10.2. 资产负债表的结构
- 3.10.3. 资产负债表的构成
- 3.10.4. 资产评估
- 3.10.5. 资产负债表和损益表的诊断
- 3.10.6. 资产负债表分析
- 3.10.7. 研究资产负债表中有趣的比率
- 3.10.8. 动态股权分析
- 3.10.9. 损益表的分析报告
- 3.10.10. 损益表指标

模块 4. 兽医中心的商业战略和创新**4.1. 兽医中心经理的角色**

- 4.1.1. 综合管理
- 4.1.2. 人力资源管理
- 4.1.3. 财务管理
- 4.1.4. 职业健康管理
- 4.1.5. 信息技术管理
- 4.1.6. 营销和销售管理
- 4.1.7. 客户服务管理与公共关系
- 4.1.8. 更换管理层

4.2. 兽医中心的战略规划

- 4.2.1. 定义
- 4.2.2. 商业战略意识
- 4.2.3. 兽医中心的战略规划

4.3. 兽医中心战略规划的哲学阶段

- 4.3.1. 定义
- 4.3.2. 元素
 - 4.3.2.1. 使命
 - 4.3.2.2. 愿景
 - 4.3.2.3. 价值观
 - 4.3.2.4. 工具
 - 4.3.2.5. 战略目标
- 4.3.3. 实际案例

4.4. 传统兽医中心的商业模式

- 4.4.1. 简介
- 4.4.2. 兽医中心的结构
- 4.4.3. 服务
- 4.4.4. 兽医中心的工作人员

4.5. 兽医中心的创新研究

- 4.5.1. 兽医领域的创新理念
- 4.5.2. 应用于兽医中心的蓝海战略
 - 4.5.2.1. 概念
 - 4.5.2.2. 分析工具
- 4.5.3. 兽医中心创新的画布方法
 - 4.5.3.1. 描述
 - 4.5.3.2. 操作
- 4.5.4. 兽医中心创新战略的制定
 - 4.5.4.1. 新想法的产生和综合
 - 4.5.4.2. 创新中心

4.6. 为兽医中心的客户设计价值主

- 4.6.1. 兽医中心客户/用户的概况
- 4.6.2. 价值图
- 4.6.3. 适合价值提供和应用于兽医中心的客户资料

4.7. 应用于兽医中心的创新原型

- 4.7.1. 最小可行创新系统
- 4.7.2. 全球创新记分卡
- 4.7.3. 创新运营计划

4.8. 兽医保健中心部门的商业模式

- 4.8.1. 商业模式分解
- 4.8.2. Long tail
- 4.8.3. 多边平台
- 4.8.4. 免费商业模式(Freemium)
- 4.8.5. 开放的模式

4.9. 兽医中心的设计思路与应用

- 4.9.1. 概念
- 4.9.2. 指导方针和关键
- 4.9.3. 工具

4.10. 兽医中心业务战略持续改进研究

- 4.10.1. 监测兽医中心的战略规划
- 4.10.2. 实施兽医中心战略改进

模块 5. 兽医中心的客户/用户

5.1. 兽医中心的客户服务

- 5.1.1. 卓越的客户服
- 5.1.2. 客户服务管理
- 5.1.3. 兽医中心的合规性作为一种忠诚度工具

5.2. 兽医中心面对面交流

- 5.2.1. 与客户沟通的实际优势
- 5.2.2. 当前范式
- 5.2.3. 顾客的需要
- 5.2.4. 客户服务质量管理
 - 5.2.4.1. 与客户的沟通渠道
 - 5.2.4.2. 计算机系统/数据库 (CRM)
 - 5.2.4.3. 质量评估调查

5.3. 兽医中心专业人员的基这个沟通技巧

- 5.3.1. 职业交际中的问题
- 5.3.2. 专业沟通中的聆听
- 5.3.3. 非语言交流
- 5.3.4. 口头交流
- 5.3.5. 兽医中心的Proxemia

5.4. 同理心是 21 世纪与客户关系中的一项基这个技能

- 5.4.1. 定义和描述
- 5.4.2. 同理心的表达
- 5.4.3. 与兽医中心的客户产生同理心的工具

5.5. 在兽医诊所中成功应对客户困难情况的方法

- 5.5.1. 高效临床医生的四个基这个习惯
- 5.5.2. 专业人士与其客户之间冲突的特征
- 5.5.3. 处理兽医中心客户困难情况的方法
 - 5.5.3.1. 找出问题
 - 5.5.3.2. 发现意义
 - 5.5.3.3. 利用机会
 - 5.5.3.4. 设置关系边界
 - 5.5.3.5. 扩展帮助以解决问题
- 5.5.4. 提高专业沟通技巧的工具

5.6. 兽医实践中的交流

- 5.6.1. 简介
- 5.6.2. 应用于兽医实践的卡尔加里-剑桥模型
 - 5.6.2.1. 准备阶段
 - 5.6.2.2. 咨询开始
 - 5.6.2.3. 数据收集
 - 5.6.2.4. 结果和计划
 - 5.6.2.5. 提供正确的信息
 - 5.6.2.6. 互相理解
 - 5.6.2.7. 完成咨询
- 5.6.3. 向兽医中心的客户传达坏消息

5.7. 兽医中心与客户关系的策略

- 5.7.1. 关系营销
- 5.7.2. 客户和兽医中心用户的主要期望
- 5.7.3. 长期客户关系管理
 - 5.7.3.1. MSMC 模型 (为最佳客户提供最佳服务)
 - 5.7.3.2. CRM 的新范式

5.8. 兽医中心客户的细分和特征描述

- 5.8.1. 细分市场和客户组合
 - 5.8.1.1. 兽医中心的卡特化过程
- 5.8.2. 卡特化的战略优势
- 5.8.3. 最有价值客户 (MVC)

5.9. 兽医中心的客户体验 (CX) 和用户

- 5.9.1. 真相的时刻
- 5.9.2. 构成客户体验的要素
- 5.9.3. 用户体验

5.10. 客户和用户体验在兽医中心的实际应用

- 5.10.1. 相位
 - 5.10.1.1. 用户体验研究与分析
 - 5.10.1.2. 体验平台的定义
 - 5.10.1.3. 体验的设计和规划
 - 5.10.1.4. 与客户联系或会面的结构
 - 5.10.1.5. 实用方法

模块 6. 兽医中心应用的营销**6.1. 兽医中心的营销**

- 6.1.1. 定义
- 6.1.2. 需求-购买动机
- 6.1.3. 供求关系
- 6.1.4. 营销进化
- 6.1.5. 当今的公司
- 6.1.6. 当前客户
- 6.1.7. 忠诚度:21世纪营销

6.2. 兽医中心卖什么?

- 6.2.1. 产品
- 6.2.2. 服务
- 6.2.3. 产品和服务的区别
- 6.2.4. 产品4P
- 6.2.5. 服务7P

6.3. 服务 - 兽医中心的产品

- 6.3.1. 服务组合
- 6.3.2. 产品组合
- 6.3.3. 如何销售产品?
- 6.3.4. 如何销售服务?
- 6.3.5. 差异化 - 附加值
- 6.3.6. CABE技术
- 6.3.7. 神经营销及其在销售中的应用

6.4. 兽医中心的服务和产品价格

- 6.4.1. 价格对公司的重要性
- 6.4.2. 服务价格的相关性
- 6.4.3. 如何为服务定价?
- 6.4.4. 如何确定产品的价格?
- 6.4.5. 价位表
- 6.4.6. 如何向客户提供服务价格?
- 6.4.7. 如何反驳高价评论?
- 6.4.8. 需求价格弹性曲线
- 6.4.9. 兽医中心的定价商业模式
- 6.4.10. 如何收集所有东西, 否则这个怎么办?

6.5. 在兽医中心与客户沟通

- 6.5.1. 与内部客户的沟通:员工
- 6.5.2. 需要:消息的协调
- 6.5.3. 多渠道和全渠道
- 6.5.4. 在等候室
- 6.5.5. 电话服务
- 6.5.6. 咨询
- 6.5.7. 提醒
- 6.5.8. 预防保健运动
- 6.5.9. 谷歌兽医博士 以及兽医的管理
- 6.5.10. 客户更换兽医的原因
- 6.5.11. 满意度调查
- 6.5.12. 在兽医中心索赔

6.6. 兽医中心的广告

- 6.6.1. 我想接触什么样的客户?
- 6.6.2. 等候室
- 6.6.3. 促销元素
- 6.6.4. 书面方式
- 6.6.5. 数字媒体
- 6.6.6. 其他

6.7. 兽医中心的交叉销售

- 6.7.1. 它是什么以及它的用途是什么?
- 6.7.2. 交叉销售的类型
- 6.7.3. 如何进行?
- 6.7.4. 服务+服务
- 6.7.5. 服务+产品
- 6.7.6. 产品+产品
- 6.7.7. 团队合作

6.8. 商品销售

- 6.8.1. 定义
- 6.8.2. 支柱
- 6.8.3. 目标
- 6.8.4. 购买决策过程和购买类型
- 6.8.5. 外边
 - 6.8.5.1. 正面
 - 6.8.5.2. 身份认同
 - 6.8.5.3. 门
 - 6.8.5.4. 展示厅
- 6.8.6. 里面
 - 6.8.6.1. 品种
 - 6.8.6.2. 空间布局
- 6.8.7. 库存管理
- 6.8.8. 销售点的动画
 - 6.8.8.1. 外部
 - 6.8.8.2. 内部
 - 6.8.8.3. PLV
 - 6.8.8.4. 推广

6.9. 兽医中心的数字营销

- 6.9.1. 概论
- 6.9.2. ROPO效应
- 6.9.3. 混合营销:线下和线上
- 6.9.4. 兽医中心的网站

6.9.5. 应用于兽医中心的社交网络

- 6.9.5.1. Facebook
- 6.9.5.2. Twitter
- 6.9.5.3. Instagram
- 6.9.5.4. YouTube频道
- 6.9.6. 电子邮件 营销
- 6.9.7. 即时通讯工具

6.10. 兽医中心客户的忠诚度工具

- 6.10.1. 并非所有客户都具有相同的价值
- 6.10.2. 健康计划
- 6.10.3. 预防保健运动
- 6.10.4. 兽医保险
- 6.10.5. 积分系统
- 6.10.6. 优惠券
- 6.10.7. 其他

模块 7. 兽医机构的人力资源管理

7.1. 兽医中心员工的战略规划 I

- 7.1.1. 团队维度
- 7.1.2. 技能和才能
- 7.1.3. 角色、职责和任务

7.2. 兽医中心员工的战略规划 II

- 7.2.1. 职位分析与描述
- 7.2.2. 工作目标
- 7.2.3. 组织结构图

7.3. 兽医中心的选择过程 I

- 7.3.1. 剖析
- 7.3.2. 工作机会的设计
- 7.3.3. 课程接收与选择

7.4. 兽医中心的选择过程 II

- 7.4.1. 阅读简历:检测能力、推荐信等
- 7.4.2. 求职面试模板, 关键问题
- 7.4.3. 与候选人员的沟通

7.5. 兽医中心合作者的招募和合并

- 7.5.1. 招聘、专业类
- 7.5.2. 工资单
- 7.5.3. 欢迎的流程

7.6. 兽医中心团队培训

- 7.6.1. 培训目标
- 7.6.2. 内部和外部培训
- 7.6.3. 培训的评估和经济方面
- 7.6.4. 职业规划

7.7. 兽医中心的内部沟通

- 7.7.1. 有效沟通
- 7.7.2. 内部沟通工具
- 7.7.3. 有效的会议

7.8. 评估兽医中心合作者的绩效

- 7.8.1. 重要概念
- 7.8.2. 建立指标
- 7.8.3. 评估模型
- 7.8.4. 实施
- 7.8.5. 与激励的关系

7.9. 保留兽医中心有价值的合作者

- 7.9.1. 工作满意度
- 7.9.2. 激励
- 7.9.3. 认可和奖励
- 7.9.4. 提拔和升迁

7.10. 兽医中心合作者的报酬

- 7.10.1. 工资类别
- 7.10.2. 固定和可变
- 7.10.3. 建立激励的标准
- 7.10.4. 激励措施的类型:经济和非经济
- 7.10.5. 情绪化的薪酬

模块 8. 在兽医中心应用的领导和管理技能**8.1. 兽医中心经理和/或所有者的基础管理技能**

- 8.1.1. 方向
- 8.1.2. 决策
- 8.1.3. 分辨能力
- 8.1.4. 灵活性
- 8.1.5. 自我意识
- 8.1.6. 坚定的态度
- 8.1.7. 沟通
- 8.1.8. 情绪智力

8.2. 应用于兽医中心的领导

- 8.2.1. 领导者特征
- 8.2.2. 领导福利
- 8.2.3. 领袖练习
- 8.2.4. 代表团
 - 8.2.4.1. 授权策略
 - 8.2.4.2. 任务选择
 - 8.2.4.3. 资格审查程序
- 8.2.5. 与合作者的动机访谈
 - 8.2.5.1. 生长/地图方法

8.3. 兽医中心经理的谈判

- 8.3.1. 谈判技巧
- 8.3.2. 谈判的类型和风格
- 8.3.3. 谈判阶段
 - 8.3.3.1. 准备工作
 - 8.3.3.2. 讨论与论证
 - 8.3.3.3. 提案
 - 8.3.3.4. 交换
 - 8.3.3.5. 关闭
 - 8.3.3.6. 后续
- 8.3.4. 谈判策略和技巧
- 8.3.5. 战略

8.4. 兽医中心经理的时间管理

- 8.4.1. 停下来, 反思, 分析, 决定
- 8.4.2. 内在的知道
- 8.4.3. 如何确定优先次序?
- 8.4.4. 行动
- 8.4.5. 计划和组织
- 8.4.6. 时间小偷

8.5. 如何建立对兽医中心员工的信任?

- 8.5.1. 自信心
- 8.5.2. 相信其他人
- 8.5.3. 建设性的自我批评
- 8.5.4. 尊重与责任
- 8.5.5. 诚信
- 8.5.6. 试验/错误

8.6. 兽医中心经理的生产力管理

- 8.6.1. 生产力小偷
- 8.6.2. Getting Things Done® (GTD) 方法
 - 8.6.2.1. 基础知识
 - 8.6.2.2. 收集或捕捉
 - 8.6.2.3. 处理或澄清
 - 8.6.2.4. 组织
 - 8.6.2.5. 审查
 - 8.6.2.6. 做

8.7. 兽医中心的高绩效专业团队

- 8.7.1. 工作组
- 8.7.2. 专业团队的特点
- 8.7.3. 高绩效专业团队的好处
- 8.7.4. 实际案例

8.8. 兽医中心内部冲突的识别和解决

- 8.8.1. 专业团队五种功能失调的方法
 - 8.8.1.1. 缺乏信任
 - 8.8.1.2. 害怕冲突
 - 8.8.1.3. 缺乏信任
 - 8.8.1.4. 避免责任
 - 8.8.1.5. 对结果不感兴趣
- 8.8.2. 专业团队失败的原因

8.9. 兽医中心预防内毒

- 8.9.1. 组织健康
- 8.9.2. 预防措施
 - 8.9.2.1. 打造有凝聚力的领导团队
 - 8.9.2.2. 清晰的组织
 - 8.9.2.3. 清晰传达
 - 8.9.2.4. 加强清晰度

8.10. 管理变革管理

- 8.10.1. 信念审核
- 8.10.2. 个性发展
- 8.10.3. 改变动作

模块 9. 兽医中心的生产流程

9.1. 兽医中心生产流程简介

- 9.1.1. 业务流程概念
- 9.1.2. 业务流程简介
- 9.1.3. 过程的图形表示
- 9.1.4. 流程标准化
- 9.1.5. 兽医中心流程的实例

9.2. 兽医中心生产流程分析

- 9.2.1. 流程管理系统
- 9.2.2. 业务流程的测量、分析和改进
- 9.2.3. 良好指导和管理的过程的特征

9.3. 兽医保健中心部门的商业生产力

- 9.3.1. 专注于关键目标
- 9.3.2. 为客户产生的附加值
- 9.3.3. 分析流程提供的价值
- 9.3.4. 竞争力
- 9.3.5. 生产率损失与改进分析

9.4. 应用于兽医保健中心部门的业务管理模型

- 9.4.1. 传统大众管理
- 9.4.2. 基于精益模式的管理
- 9.4.3. 基于改良传统模式的管理

9.5. 精益管理模式应用于兽医中心的简介

- 9.5.1. 基这个原理和特点
- 9.5.2. 活动流
- 9.5.3. 拖拉系统
- 9.5.4. 流动-拉动
- 9.5.5. 持续改进

9.6. 应用于兽医中心的生产模型中的废物

- 9.6.1. 浪费
- 9.6.2. 废物种类
- 9.6.3. 浪费的原因
- 9.6.4. 废物处理

9.7. 在兽医中心实施精益管理模式 I

- 9.7.1. 工艺调节
- 9.7.2. 流量 拉动 平衡和灵活的
- 9.7.3. 从传统模式过渡到精益实施
- 9.7.4. 第一阶段:建立定期不间断的流程

9.8. 在兽医中心实施精益管理模式 II

- 9.8.1. 第二阶段:整合流程,消除浪费,确保质量,规范操作
- 9.8.2. 阶段3:建立流程 拉动
- 9.8.3. 第四阶段:生产节奏的灵活性

9.9. 在兽医中心实施精益管理模式 III

- 9.9.1. 第五阶段:产品类型的灵活性
- 9.9.2. 第6阶段:全面实施平衡、平坦、多产品的 拉动流程
- 9.9.3. 第七阶段:易管控

9.10. 应用于兽医中心的精益实施工具

- 9.10.1. 价值 (流地图)
- 9.10.2. A3:分析新的方法或需要解决的问题

模块 10. 兽医机构的法律问题和管理**10.1. 兽医保健中心部门的公司法律形式**

- 10.1.1. 按职责类型
- 10.1.2. 根据合作伙伴数量
- 10.1.3. 按股这个

10.2. 兽医中心的数据保护

- 10.2.1. 数据保护法
- 10.2.2. 行动协议
- 10.2.3. 数据处理协议
- 10.2.4. 活动记录
- 10.2.5. 监管报告
- 10.2.6. 数据控制者

10.3. 兽医中心的职业健康

- 10.3.1. 社会心理风险
- 10.3.2. 人体工学风险
- 10.3.3. 生物学风险
- 10.3.4. 化学风险
- 10.3.5. 物理风险
- 10.3.6. 安全卫生

10.4. 兽医保健机构的药品法

- 10.4.1. 需要考虑的毒品法方面
- 10.4.2. 食谱：保存期限、控制、登记
- 10.4.3. 处方
- 10.4.4. 特殊食谱

10.5. 兽医保健中心部门的集体协议

- 10.5.1. 工作和职能的组织
 - 10.5.1.1. 工资和额外工资的看法
- 10.5.2. 工作日
 - 10.5.2.1. 带薪休假
- 10.5.3. 培训和职业生涯
- 10.5.4. 招聘方式
- 10.5.5. 劳动行为准则
- 10.5.6. 平等委员会

10.6. 职业兽医伦理和义务论

- 10.6.1. 道德准则
- 10.6.2. 伦理学的基这个原则
- 10.6.3. 专业职责
- 10.6.4. 动物福利和虐待
- 10.6.5. 兽医职业道德规范

10.7. 在兽医保健中心开展活动的民事责任

- 10.7.1. 概念
- 10.7.2. 兽医民事责任的假设
- 10.7.3. 过错或疏忽的责任
- 10.7.4. 民事诉讼

10.8. 兽医中心的债务和未付管理

- 10.8.1. 债务确认文件
- 10.8.2. 收款的延期和融资
- 10.8.3. 与债务人的沟通
- 10.8.4. 付款程序令

10.9. 兽医中心的采购管理

- 10.9.1. 预算
- 10.9.2. 付款管理
- 10.9.3. 融资和付款延期

10.10. 与兽医中心的客户进行电话沟通

- 10.10.1. 电话通讯协议
- 10.10.2. 与客户沟通
- 10.10.3. 内部通讯和通话记录

模块 11. 公司的领导力、道德和社会责任

11.1. 全球化与治理

- 11.1.1. 治理和公司治理
- 11.1.2. 企业公司治理的基本原则
- 11.1.3. 董事会在公司治理框架中的角色

11.2. 跨文化管理

- 11.2.1. 跨文化管理的概念
- 11.2.2. 对民族文化知识的贡献
- 11.2.3. 多元化管理

11.3. 可持续发展

- 11.3.1. 可持续性和可持续发展
- 11.3.2. 2030 年议程
- 11.3.3. 可持续发展的公司

11.4. 企业社会责任

- 11.4.1. 企业社会责任的国际维度
- 11.4.2. 履行企业社会责任
- 11.4.3. 公司社会责任的影响及衡量

11.5. 负责任管理的系统和工具

- 11.5.1. RSC: 企业社会责任
- 11.5.2. 实施负责任管理战略的基本要素
- 11.5.3. 实施企业社会责任管理系统的步骤
- 11.5.4. CSR工具和标准

11.6. 跨国公司与人权

- 11.6.1. 全球化、跨国企业和人权
- 11.6.2. 跨国公司面临国际法
- 11.6.3. 跨国公司有关人权的法律文书

11.7. 法律环境和公司治理

- 11.7.1. 国际进出口法规
- 11.7.2. 知识产权和工业产权
- 11.7.3. 国际劳工法

模块 12. 人事和人才管理

12.1. 战略人员管理

- 12.1.1. 战略管理和人力资源
- 12.1.2. 人员管理战略

12.2. 基于能力的人力资源管理

- 12.2.1. 潜力分析
- 12.2.2. 薪酬政策
- 12.2.3. 职业/继任计划

12.3. 人才和人事管理创新

- 12.3.1. 战略人才管理模式
- 12.3.2. 人才识别、培训和发展
- 12.3.3. 忠诚度和保留率
- 12.3.4. 积极主动, 勇于创新

12.4. 激励

- 12.4.1. 激励的这个质
- 12.4.2. 期望理论
- 12.4.3. 需求理论
- 12.4.4. 激励和经济补偿

12.5. 沟通管理

- 12.5.1. 企业内外沟通
- 12.5.2. 通讯部门
- 12.5.3. 公司的传媒负责人Dircom 简介

12.6. 生产力、吸引、保留和激活人才

- 12.6.1. 生产力
- 12.6.2. 吸引和保留人才的杠杆

模块 13. 执行管理**13.1. 一般管理**

- 13.1.1. 一般管理概念
- 13.1.2. 总经理的行动
- 13.1.3. 总干事和他的职能
- 13.1.4. 管理局工作的转型

13.2. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法

- 13.2.1. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法

13.3. 业务管理

- 13.3.1. 领导力的重要性
- 13.3.2. 价值链
- 13.3.3. 质量管理

13.4. 公众演讲和发言人培训

- 13.4.1. 人际沟通
- 13.4.2. 沟通技巧和影响力
- 13.4.3. 沟通障碍

13.5. 个人和组织沟通的工具

- 13.5.1. 人际交往
- 13.5.2. 人际交往的工具
- 13.5.3. 组织内的沟通
- 13.5.4. 组织中的工具

13.6. 危机情况下的沟通

- 13.6.1. 危机
- 13.6.2. 危机的各个阶段
- 13.6.3. 信息：内容和时刻

13.7. 准备一个危机计划

- 13.7.1. 对潜在问题的分析
- 13.7.2. 教学
- 13.7.3. 工作人员是否充足

13.8. 情绪智力

- 13.8.1. 情绪智力和沟通
- 13.8.2. 自信、同理心和积极倾听
- 13.8.3. 自尊与情感沟通

13.9. 个人品牌

- 13.9.1. 发展个人品牌的策略
- 13.9.2. 个人品牌建设的法则
- 13.9.3. 建立个人品牌的工具

07 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的: **Re-learning**。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被**新英格兰医学杂志**等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。





“

发现 Re-learning, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

TECH商学院使用案例研究来确定所有内容的背景

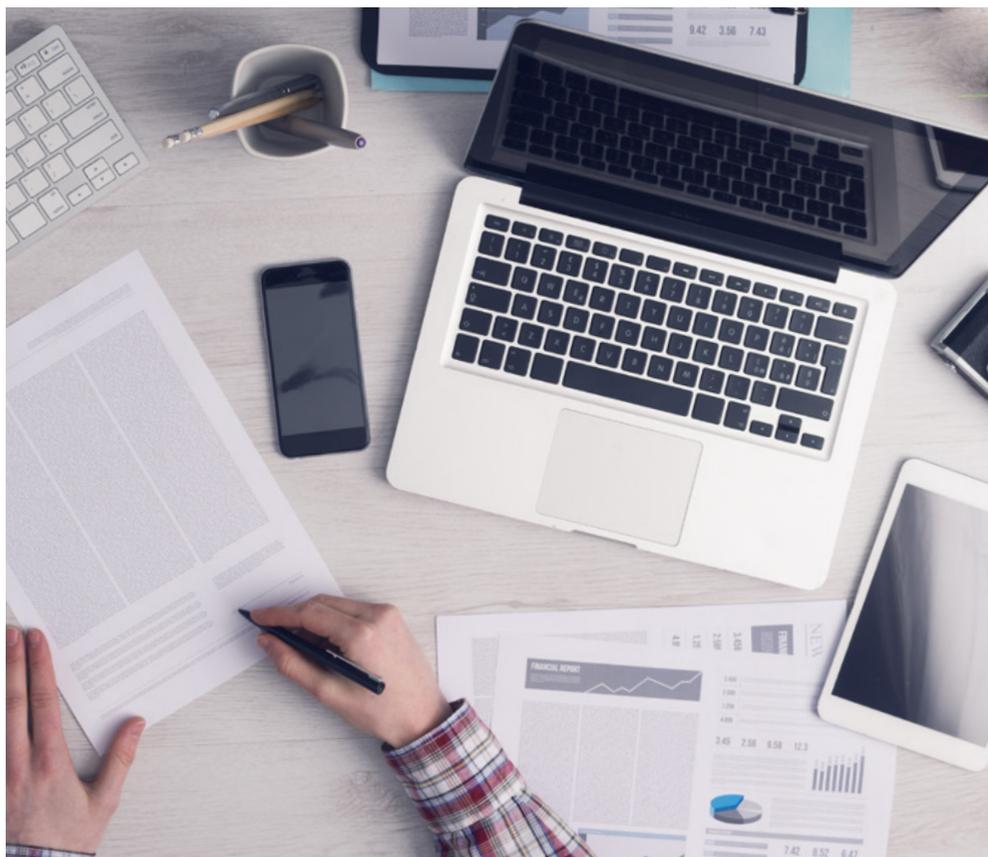
我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇
世界各地传统大学基础的学习方式”



该课程使你准备好在不确定的环境中
面对商业挑战, 使你的企业获得成功。



我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战,并取得事业上的成功。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的培训课程,从头开始创建,为国内和国际最高水平的管理人员提供挑战和商业决策。由于这种方法,个人和职业成长得到了促进,向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的基础的技术,确保遵循最新的经济,社会和商业现实。

“

你将通过合作活动和真实案例,学习如何解决真实商业环境中的复杂情况”

在世界顶级商学院存在的时间里,案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律,案例法向他们展示真实的复杂情况,让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年,它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下,专业人士应该怎么做?这就是我们在案例法中面临的问题,这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中,学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识,研究,论证和捍卫他们的想法和决定。

Re-learning 方法

TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合, 在每节课中结合了个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: Re-learning。

我们的在线系统将允许你组织你的时间和学习节奏, 使其适应你的时间表。你将能够从任何有互联网连接的固定或移动设备上获取容。

在TECH, 你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为 Re-learning。

我们的商学院是唯一获准采用这种成功方法的西班牙语学校。2019年, 我们成功地提高了学生的整体满意度 (教学质量, 材料质量, 课程结构, 目标.....), 与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

Re-learning 将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



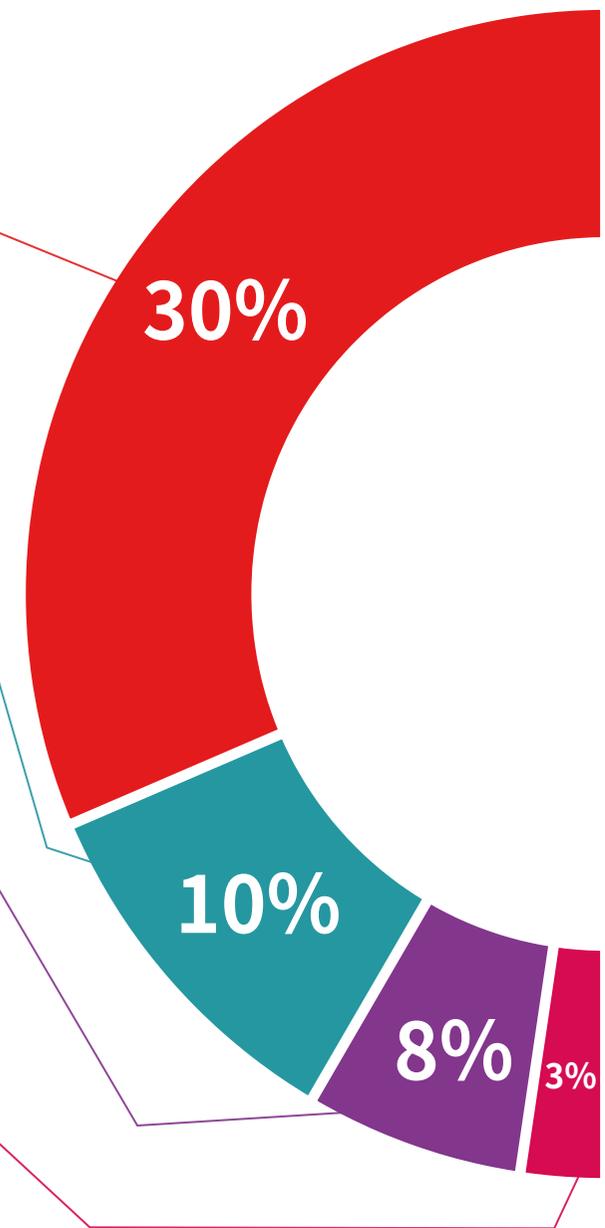
管理技能实习

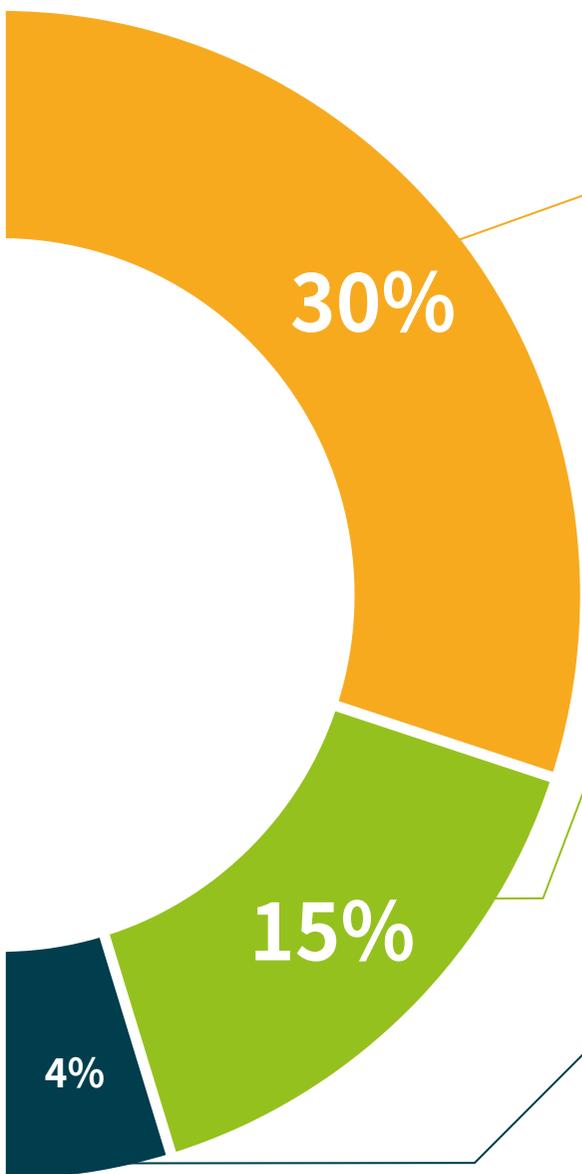
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的高级管理专家介绍,分析和辅导的案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



08

我们学生的特质

TECH 课程针对的是那些希望介入兽医诊所的方向和管理的专业人士,专业地处理所有必要的方面,以高效的方式开展工作。





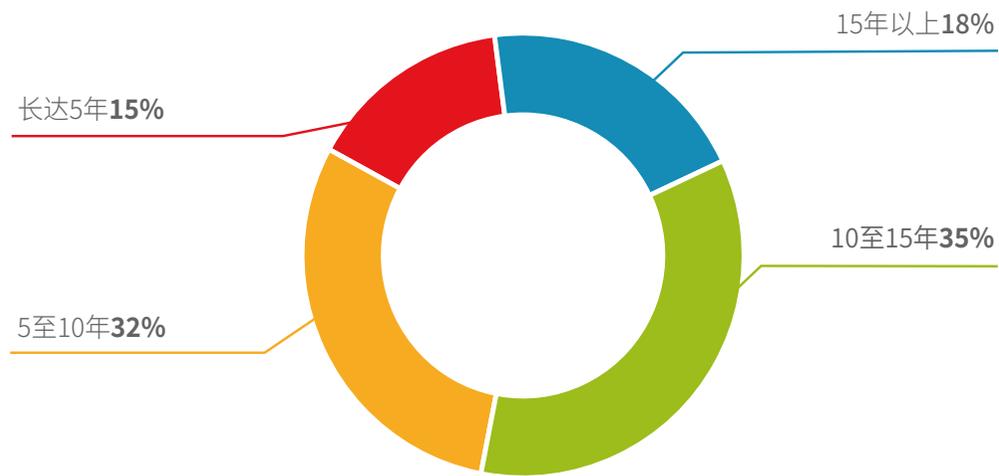
“

如果你想在继续工作的同时
在职业生涯中取得有趣的进步，
这是为你准备的方案”

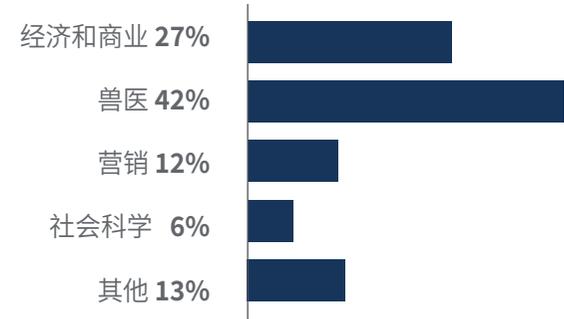
平均年龄

35岁至45岁之间

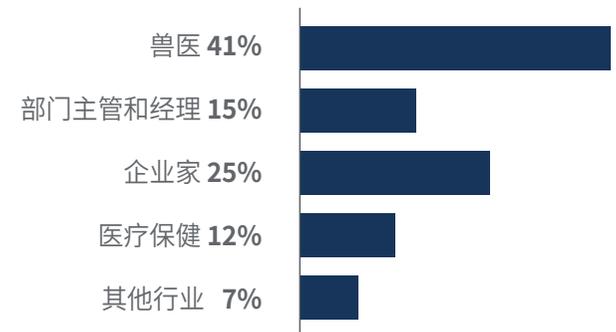
经验年限



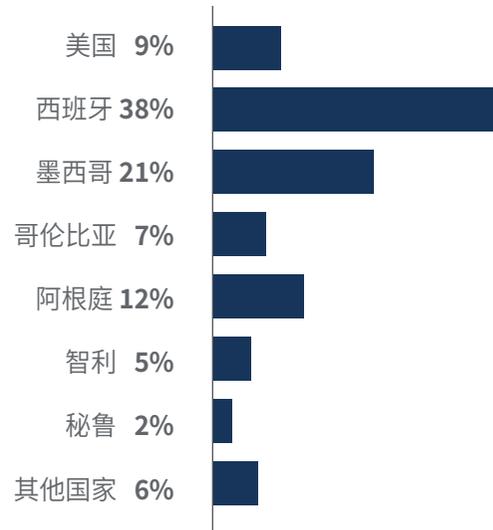
教育



学术概况



地域分布



Amelia López

兽医中心主任

"我在市场营销和管理方面的学习需要在这个领域进行更新,以便能够从事兽医诊所管理,这是我的职业目标。这个课程是对这一问题的回答,在完成课程后不久,我在一家兽医诊所得到了一个职位,从而实现了我的职业梦想"

09

课程管理

这个课程的教学人员包括兽医中心管理的主要专家，他们把多年的工作经验带到了这个课程中。此外，其他在相关领域享有盛誉的专家也参与了课程的设计和编写，使得兽医中心管理MBA成为一门跨学科的课程，从而为学生提供了独特且高质量的学术体验。





“

我们有最好的教学团队,让你在兽医中心管理的最重要的实践中获得最新信息”

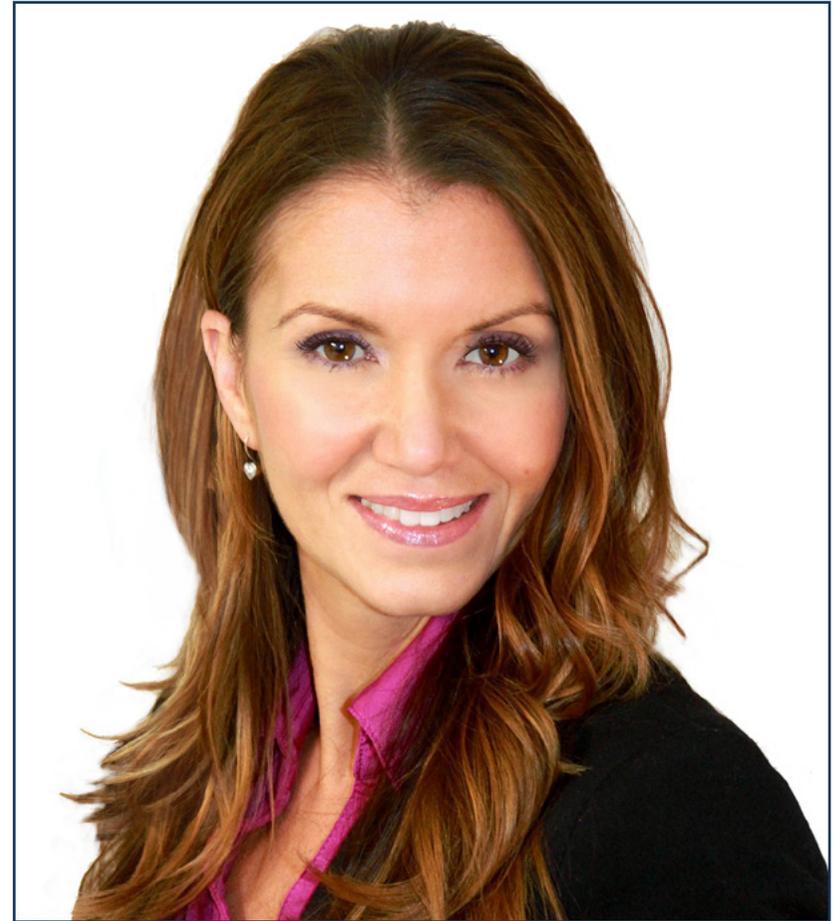
国际客座董事

拥有超过20年全球人才招聘团队设计和领导经验的Jennifer Dove是招聘和技术战略方面的专家。在她的职业生涯中,她曾在多家财富50强企业的科技组织中担任高管职务,包括NBCUniversal和Comcast。她的职业历程使她在竞争激烈和高速增长的环境中脱颖而出。

作为Mastercard的全球人才招聘副总裁,她负责监督人才引进的策略和执行,与企业领导和人力资源负责人合作,以实现招聘的运营和战略目标。特别是,她的目标是创建多元化、包容性和高绩效的团队,以推动公司产品和服务的创新和增长。此外,她在吸引和留住全球顶尖人才的工具使用方面具有丰富经验。她还通过出版物、活动和社交媒体扩大Mastercard的雇主品牌和价值主张。

Jennifer Dove通过积极参与人力资源专业网络并为多家公司引进大量员工,展示了她对持续职业发展的承诺。在获得迈阿密大学组织传播学士学位后,她在各个领域的公司中担任了招聘管理职位。

此外,她因在领导组织变革、将技术整合到招聘流程中以及开发应对未来挑战的领导力项目方面的能力而受到认可。她还成功实施了显著提高员工满意度和留任率的员工福利计划。



Dove, Jennifer 女士

- Mastercard全球人才招聘副总裁, 纽约, 美国
- NBCUniversal Media 人才招聘总监, 纽约, 美国
- Comcast招聘负责人
- Rite Hire Advisory招聘总监
- Ardor NY Real Estate销售部执行副总裁
- Valerie August & Associates招聘总监
- BNC客户经理
- Vault客户经理
- 迈阿密大学组织传播学专业毕业

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

国际客座董事

Rick Gauthier 是一位技术领导者，在领先的跨国公司拥有数十年的工作经验。Rick Gauthier 在云服务和端到端流程改进领域有着突出的发展。他是公认的高效团队领导者和管理者，在确保员工高度敬业方面展现出天赋。

他在战略和执行创新方面有着与生俱来的天赋，善于开发新想法，并以高质量的数据为其成功提供支持。他在 Amazon 的职业生涯使他能够管理和整合公司在美国的 IT 服务。在 Microsoft，他领导着一支 104 人的团队，负责提供全公司范围的 IT 基础设施，并为整个公司的产品工程部门提供支持。

这些经验使他成为一名出色的管理者，在提高效率、生产力和整体客户满意度方面能力出众。



Gauthier, Rick 先生

- 美国西雅图 Amazon 公司区域 IT 经理
- Amazon 高级项目经理
- Wimmer Solutions 副总裁
- Microsoft 生产工程服务高级总监
- 西州长大学网络安全学位
- 潜水员技术学院颁发的商业潜水技术证书
- 常青州立学院环境研究学位

“

借此机会了解这个领域的最新发展,并将其应用到你的日常工作中”

国际客座董事

Romi Arman 是一位国际知名的专家,在数字化转型、营销、战略和咨询领域拥有超过二十年的经验。在他的广泛职业生涯中,他承担了各种风险,并始终是企业环境中创新和变革的倡导者。凭借这些专业知识,他与世界各地的首席执行官和企业组织合作,推动他们摒弃传统的商业模式。因此,他帮助像壳牌这样的公司成为以客户为中心和数字化的市场领导者。

Arman设计的战略具有显著的影响,因为这些战略使多家公司改善了消费者、员工和股东的体验。这位专家的成功可以通过诸如客户满意度 (CSAT)、员工参与度和每家公司的息税折旧摊销前利润 (EBITDA) 等可量化指标来衡量。

在他的职业生涯中,他还培养并领导了高绩效团队,这些团队甚至因其变革潜力而获得奖项。特别是在壳牌,Arman始终致力于克服三个挑战:满足客户复杂的脱碳需求,支持“有利可图的脱碳”,以及解决数据、数字和技术的碎片化问题。因此,他的努力证明了要实现可持续的成功,必须从消费者的需求出发,并为流程、数据、技术和文化的转型奠定基础。

此外,这位高管还以其对人工智能企业应用的精通而著称,他在伦敦商学院获得了相关的研究生学位。与此同时,他在物联网和Salesforce方面也积累了丰富的经验。



Arman, Romi 先生

- 壳牌能源公司数字化转型总监 (CDO), 伦敦, 英国
- 壳牌能源公司全球电子商务与客户服务总监
- 壳牌在马来西亚吉隆坡的国家重点客户经理 (原始设备制造商和汽车零售商)
- 埃森哲高级管理顾问 (金融服务业), 新加坡
- 利兹大学毕业
- 伦敦商学院高管人工智能企业应用研究生
- 客户体验专业认证 (CCXP)
- IMD 高管数字化转型课程

“

你想以最高质量的教育来更新你的知识吗?TECH为你提供最前沿的学术内容,由国际知名的专家设计”

国际客座董事

Manuel Arens 是一位经验丰富的数据管理专家，也是一支高素质团队的领导者。事实上，Arens 在谷歌的技术基础设施和数据中心部门担任全球采购经理一职，这是他职业生涯的大部分时间。这个公司总部位于加利福尼亚州山景城，为科技巨头的运营难题提供解决方案，如主数据完整性、供应商数据更新和供应商数据优先级。他领导了数据中心供应链规划和供应商风险评估，改进了流程和工作流程管理，从而大大节约了成本。

在为不同行业的公司提供数字解决方案和领导力的十多年工作中，他在战略解决方案交付的各个方面，包括市场营销、媒体分析、测量和归因方面，都拥有丰富的经验。事实上，这个公司已因其工作获得了多个奖项，包括 BIM 领导奖、搜索领导奖、出口领导力生成计划奖和欧洲、中东和非洲地区最佳销售模式奖。

Arens 还担任过爱尔兰都柏林的销售经理。在担任这个职务期间，他在三年内将团队成员从 4 人增加到 14 人，并带领销售团队取得了丰硕成果，与团队成员以及跨职能团队进行了良好合作。他还曾在德国汉堡担任高级行业分析师，利用内部和第三方工具为 150 多家客户创建故事情节，为分析提供支持。编写和撰写深入报告，以展示对这个主题的掌握，包括对影响技术采用和传播的宏观经济和政治/监管因素的理解。

此外，他在 Eaton、Airbus 和 Siemens 等公司领导团队，积累了宝贵的客户管理和供应链管理经验。他特别擅长通过与客户建立有价值的关系并与组织各层级的人员（包括利益相关者、管理层、团队成员和客户）顺畅合作来不断超越期望。他的数据驱动方法和开发创新且可扩展解决方案的能力使他成为该领域的杰出领导者。



Arens, Manuel 先生

- 谷歌全球采购经理, 美国山景城
- 美国谷歌 B2B 分析与技术高级经理
- 爱尔兰谷歌销售总监
- 德国谷歌高级工业分析师
- 爱尔兰谷歌客户经理
- 英国伊顿的应付账款
- 德国空中客车公司供应链经理

“

选择TECH吧!你将能够接触到最优质的
教学材料、最前沿的技术和教育方法,这
些都是由国际知名的专家实施的”

国际客座董事

Andrea La Sala 是一位经验丰富的市场营销高管，他的项目对时尚领域产生了显著的影响。在其成功的职业生涯中，他从事了与产品、商品销售和沟通相关的多项工作。这些都与诸如Giorgio Armani、Dolce&Gabbana、Calvin Klein等知名品牌紧密相关。

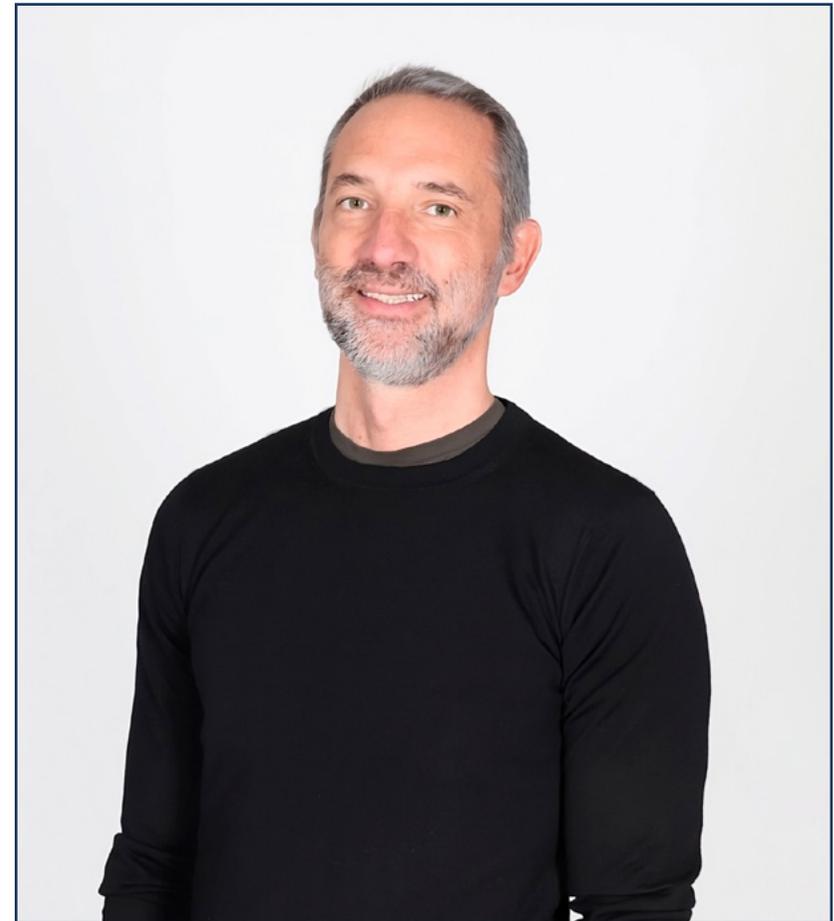
这位国际高端管理者的成果与他在将信息整合成清晰框架并执行与企业目标对齐的具体行动的能力密切相关。他以其主动性和适应快节奏工作的能力而闻名。此外，这位专家还具有强烈的商业意识、市场洞察力和对产品的真正热情。

作为Giorgio Armani的全球品牌与商品销售总监，他监督了多项针对服装和配饰的市场营销策略。其战术重点包括零售领域以及消费者需求和行为。在这一职位上，La Sala 还负责配置产品在不同市场的销售，担任设计、沟通和销售部门的团队负责人。

此外，在Calvin Klein或Gruppo Coin等公司，他开展了推动结构、开发和销售不同系列的项目，并负责制定有效的购买和销售活动日程。

他还管理了不同运营的条款、成本、流程和交货时间。

这些经历使Andrea La Sala 成为时尚和奢侈品领域的顶级和最具资格的企业领导者之一。他的卓越管理能力使他能够有效实施品牌的积极定位，并重新定义其关键绩效指标 (KPI)。



La Sala, Andrea 先生

- Giorgio Armani全球品牌与商品销售总监, Armani Exchange, 米兰, 意大利
- Calvin Klein商品销售总监
- Gruppo Coin品牌负责人
- Dolce&Gabbana品牌经理
- Sergio Tacchini S.p.A.品牌经理
- Fastweb市场分析师
- 皮埃蒙特东方大学商学与经济学专业毕业

“

TECH的国际顶级专家将为你提供一流的教学, 课程内容更新及时, 基于最新的科学证据。你还在等什么呢?立即报名吧”

国际客座董事

Mick Gram 是国际上在商业智能领域创新与卓越的代名词。他成功的职业生涯与在沃尔玛和红牛等跨国公司担任领导职位密切相关。这位专家以识别新兴技术的远见卓识而闻名，这些技术在长期内对企业环境产生了持久的影响。

此外，他被认为是数据可视化技术的先锋，这些技术将复杂的数据集简化，使其易于访问并促进决策过程。这一能力成为了他职业发展的基石，使他成为许多组织希望收集信息并基于这些信息制定具体行动的宝贵资产。

他最近几年最突出的项目之一是Walmart Data Cafe平台，这是全球最大的云端大数据分析平台。他还担任了红牛的商业智能总监，涵盖销售、分销、营销和供应链运营等领域。他的团队最近因在使用Walmart Luminate新API来获取买家和渠道洞察方面的持续创新而获得认可。

在教育背景方面，这位高管拥有多个硕士学位和研究生课程，曾在美国伯克利大学和丹麦哥本哈根大学等知名学府深造。通过持续的更新，专家获得了前沿的能力。因此，他被认为是新全球经济的天生领导者，专注于推动数据及其无限可能性。



Gram, Mick 先生

- 红牛商业智能与分析总监, 洛杉矶, 美国
- Walmart Data Cafe商业智能解决方案架构师
- 独立商业智能与数据科学顾问
- Capgemini商业智能总监
- Nordea首席分析师
- SAS商业智能首席顾问
- UC Berkeley工程学院人工智能与机器学习高管教育
- 哥本哈根大学电子商务MBA高管课程
- 哥本哈根大学数学与统计学学士及硕士

“

在福布斯评选的世界上最好的在线大学学习”在这个MBA课程中, 你将获得访问由国际知名教师制作的丰富多媒体资源库”

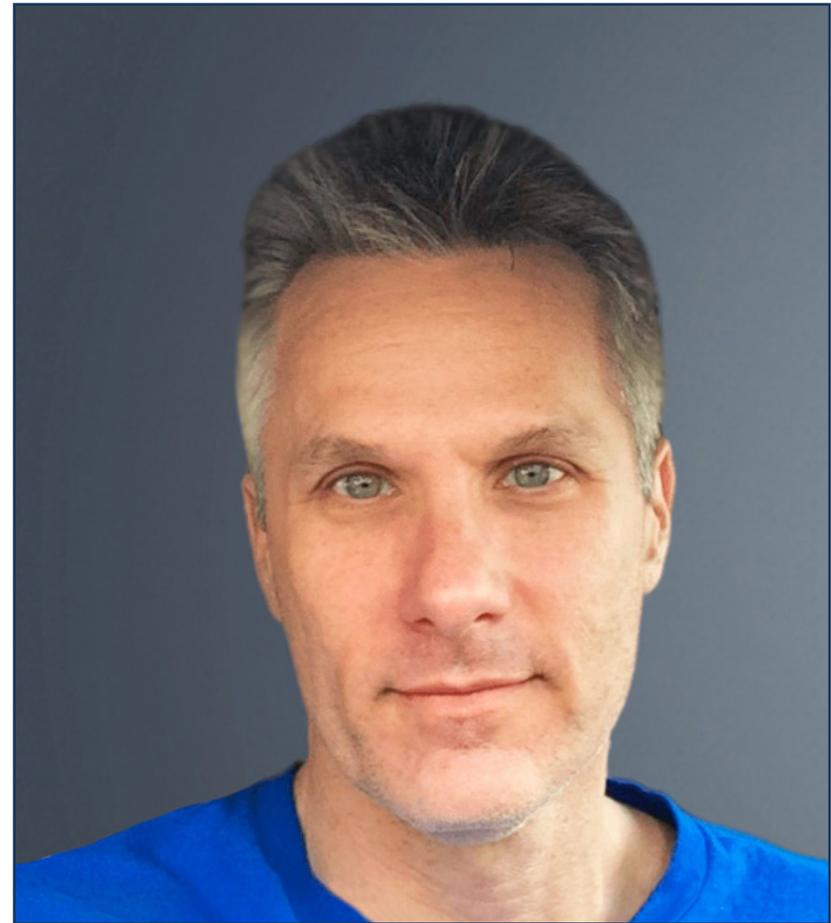
国际客座董事

Scott Stevenson 是数字营销领域的杰出专家。他是数字营销专家，19 年来一直与娱乐业最强大的公司之一 华纳兄弟探索公司保持联系。在担任该职务期间，他在 监督包括社交媒体、搜索、展示和线性媒体在内的 各种数字平台 的物流和创意工作流程方面发挥了重要作用。

这位高管的领导力在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，使其公司的转化率显著提高。这位高管在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，从而显著 提高了 公司的转化率。与此同时，他还担任过其他职务，如原管理期间同一家跨国公司的营销服务总监和交通经理。

史蒂文森还参与了视频游戏的全球发行和 数字财产宣传活动。他还负责引入与 电视广告和预告片的 声音和图像内容的塑造、定稿和交付有关的运营战略。

此外，这位专家还拥有佛罗里达大学的电信学士学位和加利福尼亚大学的创意写作商学院校级硕士，这充分证明了他在 沟通和讲故事方面的能力。此外，他还参加了哈佛大学职业发展学院关于 在商业中使用 人工智能的前沿课程。因此，他的专业履历是当前 市场营销和数字媒体领域最相关的履历之一。



Stevenson, Scott 先生

- 华纳兄弟数字营销总监美国伯班克发现
- 华纳兄弟公司交通经理娱乐
- 加利福尼亚大学创意写作硕士
- 佛罗里达大学电信学士学位

“

与世界上最优秀的专家一起实现
你的学术和职业目标! MBA 教师
将指导您完成整个学习过程"

国际客座董事

Eric Nyquist 博士是国际体育领域的杰出专业人士，他的职业生涯令人瞩目，因其战略领导力以及在顶级体育组织中推动变革和创新的能力而闻名。

他曾担任多个高级职位，包括NASCAR的通讯与影响总监，总部位于美国佛罗里达州。在这一机构中积累了多年经验后，Nyquist博士还担任了多个领导职务，包括NASCAR战略发展高级副总裁和商务事务总监，负责管理从战略发展到娱乐营销等多个领域。

此外，Nyquist在芝加哥最重要的体育特许经营中留下了深刻印记。作为芝加哥公牛队和芝加哥白袜队的执行副总裁，他展示了在职业体育领域推动业务和战略成功的能力。

最后，值得一提的是，他的体育职业生涯始于纽约，担任Roger Goodell在国家橄榄球联盟(NFL)的首席战略分析师，并曾在美国足球联合会担任法律实习生。



Nyquist, Eric 先生

- NASCAR通讯与影响总监, 佛罗里达, 美国
- NASCAR战略发展高级副总裁
- NASCAR战略规划副总裁
- NASCAR商务事务总监
- 芝加哥白袜队执行副总裁
- 芝加哥公牛队执行副总裁
- 国家橄榄球联盟 (NFL) 企业规划经理
- 美国足球联合会商务事务/法律实习生
- 芝加哥大学法学博士
- 芝加哥大学布斯商学院MBA
- Carleton College国际经济学学士

“

凭借这项100%在线的学士学位, 您将能够在不影响日常工作义务的情况下进行学习, 同时得到国际领域内顶级专家的指导。现在就报名!"

管理人员



Barreneche Martínez, Enrique 博士

- ◆ 宠物专用兽医保健中心 VetPartners Consultancy 总监
- ◆ 阿利坎特省兽医行业雇主协会 (AEVA) 副主席
- ◆ 西班牙兽医企业联合会 (CEVE) 财务主管
- ◆ AVEPA 管理和行政工作组共同创始人
- ◆ AMIC de Alicante 兽医中心的创始人和所有者
- ◆ 马德里康普大学兽医学位
- ◆ 著有关于兽医中心业务管理的书籍:《¿Quién se ha llevado mi centro veterinario?》和《¡Ya encontré mi centro veterinario!》
- ◆ 是这两个书的合著者,也是其他出版物中特定章节的作者,用于培训兽医诊所助理 (VCA)
- ◆ 在西班牙和国外的面对面和远程 (在线) 兽医中心业务管理的各种课程和讲习班上发表演讲

教师

Vilches Sáez, José 先生

- ACV 课程项目负责人
- Cursoveterinaria.es 培训平台负责人
- Duna Formación 项目负责人
- Gesvilsa 商务负责人
- Duna, SL 职业培训经理
- 社区经理
- AGESVET 秘书管理
- Provet Cloud 商务负责人西班牙
- Guerrero Coves 技术商务负责人
- Método 集团企业管理学士

Villaluenga, José Luis 先生

- Rentabilidad Veterinaria 公司联合创始人兼 CEO
- 兽医中心的商业管理和营销顾问
- Acalanthis Comunicación Y Estrategias SL 总经理
- 马德里康普顿斯大学生物科学学士
- EAE 商学院和巴塞罗那大学数字营销硕士
- EAE 商学院和巴塞罗那大学人力资源管理硕士
- 阿方索十世萨比奥大学兽医学院兼职教授

Muñoz Sevilla, Carlos 先生

- 麻醉学服务兽医
- 瓦伦西亚南部兽医医院麻醉学服务负责人
- 圣弗朗西斯科兽医诊所主任
- 马德里康普大学兽医学位
- 哈梅一世大学 MBA
- AGESVET 人力资源模块开发与培训参与者

Martín González, Abel 博士

- 塔拉韦拉兽医临床医院院长
- 卡斯蒂利亚-拉曼查 ADSG 技术总监, ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara 技术总监
- 圣维森特山脉肉类质量标签主任
- 马德里康普大学兽医学位
- 西班牙兽医企业联合会 (CEVE) 副主席兼创始成员
- 卡斯蒂利亚-拉曼查兽医企业联合会 (CEVE-CLM) 主席兼创始成员
- 成员: 多家国内外专业协会如 AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO 和西班牙企业组织联合会 (CEOE) 数字委员会

Saleno, Delia 博士

- ◆ Son Dureta 兽医中心主任
- ◆ CEVE Balears 主席
- ◆ CEOE 理事会成员兼兽医领域代表
- ◆ 西班牙兽医商业联合会 (CEVE) 副主席
- ◆ 克鲁日-纳波卡农业科学与兽医大学博士研究罗马尼亚
- ◆ 克鲁日-纳波卡农业科学与兽医大学兽医学士罗马尼亚
- ◆ 小动物诊所高级研究文凭
- ◆ 科尔多瓦大学细胞遗传学研究充足研究员, 研究课题为马匹不育
- ◆ 农业专业家庭工作经验职业能力认证程序评估员资格课程
- ◆ 克鲁日-纳波卡兽医学院动物繁殖系博士前研究员
- ◆ 科尔多瓦大学遗传学系博士研究员

Albuixech Martínez, Miguel 博士

- ◆ 西班牙兽医企业联合会 (CEVE) 经济领域发言人
- ◆ 瓦伦西亚兽医企业协会 (AVETVAL) 秘书
- ◆ 兽医管理协会 (AGESVET) 副主席
- ◆ AGESVET 管理会议莱万特地区协调员
- ◆ 瓦伦西亚大学工商管理学士
- ◆ ADEIT (瓦伦西亚) 人力资源管理硕士学位





Rotger Campins, Sebastià 博士

- ◆ 巴利阿里群岛兽医公司秘书 (EMVETIB)
- ◆ 西班牙兽医商业联合会 CEVE 秘书长
- ◆ CEVE 劳工、组织和培训部负责人
- ◆ Confederacio d'Associacions Empresarial de Balears CAEB 服务委员会主席
- ◆ CAEB 执委会委员
- ◆ 兽医保健中心和服务集体协议国家谈判委员会主席
- ◆ Veterinari Son Dureta SLP 兽医诊所经理
- ◆ 电信工程师
- ◆ 航海与海上运输学士
- ◆ 商船船长

Navarro Ferrer, María José 女士

- ◆ Coaching Ability 联合创始人兼心理学专家
- ◆ 为公司和私人组织举办研讨会心理学家专家
- ◆ 瓦伦西亚大学心理学学士
- ◆ CTMC Valencia 临床心理学硕士
- ◆ 瓦伦西亚大学社会老年学研究生
- ◆ 巴塞罗那大学 IL3 正念与心理治疗研究生
- ◆ 巴塞罗那地方就业服务的活动汇编讲师:人和企业技术商务负责人 – Guerrero Covés

10

对你事业的影响

我们知道, TECH采取这种性质的方案涉及巨大的经济、专业,当然还有个人投资。开展这项伟大工作的最终目标必须是实现专业成长。为此, TECH将其所有的努力和工具交给学生使用, 以便他/她能够获得必要的技能和能力, 使他/她能够实现这一变化。





“

我们把所有的资源交给你支配, 以帮助你实现你所期望的职业变化”

你准备好飞跃了吗？ 卓越的职业提升在等着你

有了这个方案，学生将能够在他或她的职业中取得巨大的进步，尽管毫无疑问，为了做到这一点，他或她必须在不同的领域进行投资，如经济、职业和个人。然而，目标是改善他们的职业生活，为了做到这一点，有必要进行斗争。

由于这个计划，你将收到大量的工作机会，你将能够开始你的职业发展。

完成这个课程后，您将有机会在兽医诊所和医院工作，并掌握最高的管理和经营技能。

改变时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程后, 我们学生的工资会增长超过25.22%



11

对你公司的好处

兽医中心管理 MBA 课程有助于通过高水平领导人的专业化, 将组织的人才提高到最大潜力。因此, 参加这个学术课程不仅会在个人层面上有所提高, 最重要的是在专业层面上, 增加你的培训, 提高你的管理能力。此外, 加入TECH的教育社区是一个独特的机会, 可以进入一个强大的联系网络, 在其中寻找未来的专业合作伙伴、客户或供应商。





“

为你的公司提供一个战略愿景,使其能够跻身于当前最好的兽医诊所”

培养和留住公司的人才是最好的长期投资。

01

人才和智力资本的增长知识资本

该专业人员将为公司带来新的概念、战略和观点,可以为组织带来相关的变化。

02

留住高潜力的管理人员,避免人才流失

这个计划加强了公司和经理人之间的联系,并为公司内部的职业发展开辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

你将能够在不确定和危机的时候做出决定,帮助组织克服障碍。

04

增加国际扩张的可能性

由于这一计划,该公司将与世界经济的主要市场接触。



05

开发自己的项目

可以在一个真实的项目上工作, 或在其公司的研发或业务发展领域开发新。

06

提高竞争力

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

12 学位

兽医中心管理 MBA 商院校级硕士除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由
TECH 科技大学 颁发的商院校级硕士学位证书。



“

成功完成这个课程并获得大学学历, 不需要复杂的程序”

这个兽医中心管理 MBA 商学院校级硕士包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到TECH科技大学颁发的相应的商学院校级硕士学位。

学位由TECH科技大学颁发, 证明在商学院校级硕士学位中所获得的资质, 并满足工作交流, 竞争性考试和职业评估委员会的要求。

学位: 兽医中心管理 MBA 商学院校级硕士

模式: 在线

时长: 12个月



*海牙加注。如果学生要求为他们的纸质资格证书提供海牙加注, TECH EDUCATION将采取必要的措施来获得, 但需要额外的费用。



商学院校级硕士 兽医中心管理 MBA

- » 模式:在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

商学院校级硕士
兽医中心管理 MBA

