

# Privater Masterstudiengang

MBA in Management  
von Zahnkliniken



## Privater Masterstudiengang MBA in Management von Zahnkliniken

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/zahnmedizin/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-management-zahnkliniken](http://www.techtitude.com/de/zahnmedizin/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-management-zahnkliniken)

# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kompetenzen

---

Seite 14

04

Kursleitung

---

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 42

06

Methodik

---

Seite 52

07

Qualifizierung

---

Seite 60

# 01

# Präsentation

Die wachsende Zahl von Hochschulabsolventen in der Zahnmedizin und die steigende Zahl von Zahnkliniken, die in den letzten Jahren entstanden sind, haben den klinisch-zahnmedizinischen Sektor zu einem der wettbewerbsintensivsten Märkte gemacht, die es heute gibt. Aus diesem Grund ist es für die Zahnärzte unerlässlich, die Rolle des Managers und Direktors ihrer Zahnklinik zu übernehmen. Sie müssen sich das Wissen über Unternehmensführung und Teammanagement aneignen, um die Kontinuität ihres eigenen Unternehmens zu gewährleisten.



“

*Verbessern Sie Ihre Kenntnisse im Bereich Management von Zahnkliniken durch dieses Programm, in dem Sie das beste didaktische Material mit echten Fallstudien finden. Lernen Sie die neuesten Fortschritte in der Verwaltung von Kliniken kennen, um die Verwaltung von Qualitätszahnzentren durchführen zu können“*

Das Management von Zahnkliniken hat in den letzten Jahren ein wachsendes Interesse geweckt, vor allem bei den Fachleuten, die erkannt haben, wie wichtig es ist, alle Ressourcen, die ihnen in ihrer Zahnklinik zur Verfügung stehen, richtig zu verwalten, um diese in ein Unternehmen mit Zukunft zu verwandeln, mit einer Kontinuität, die nur durch die Nutzung der geeigneten betriebswirtschaftlichen Mittel gewährleistet werden kann.

In diesem neuen Umfeld ist der Fokus auf die Zahnarztpraxis als Organisationsstruktur besonders stark ausgeprägt, und alle Bereiche des Managements und der Führung müssen angesprochen und beherrscht werden: Personalwesen, Marketing, Qualität, Zeitmanagement, Planung und Strategie, Buchhaltung und Kosten etc.

Durch den angewandten und strukturierten Ansatz der erarbeiteten Inhalte sollen die Studenten die Fähigkeit erlangen, sich den Herausforderungen ihrer Arbeit aus einer differenzierten Perspektive in Bezug auf Management und Führung zu stellen, was ihnen einen klaren Vorteil für den Erfolg im hart umkämpften zahnmedizinischen Sektor verschafft.

Das Programm ist auf eine Online-Spezialisierung ausgelegt, die 2.700 Studienstunden entspricht. Das gesamte theoretische und praktische Wissen wird anhand von Anwendungen vermittelt, die in direktem Zusammenhang mit den Herausforderungen stehen, denen sich der Manager einer Zahnklinik tagtäglich stellen muss.

Dieser **MBA in Management von Zahnkliniken** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung praktischer Fälle von Management und Leitung, die von Experten für das Management von Zahnkliniken vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt strenge und konzentrierte Informationen zu den für die berufliche Praxis des Managers wesentlichen Bereichen
- ♦ Mit praktischen Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Interaktives Lernsystem
- ♦ Ergänzt wird dies durch theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Verfügbarkeit der Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit einer Internetverbindung



*Jedes Unternehmen muss entscheiden, wo und mit wem es arbeitet, über welche Ressourcen es verfügt und was es damit erreichen will“*

“

*Dieses Programm ist die beste Investition, die Sie bei der Auswahl eines Auffrischungsprogramms tätigen können, und zwar aus zwei Gründen: Sie aktualisieren nicht nur Ihr Wissen im Bereich Management von Zahnkliniken, sondern erhalten auch einen Abschluss der TECH Global University"*

Das Dozententeam besteht aus Fachleuten aus dem Bereich Management von Zahnkliniken, die ihre Erfahrungen in diese Spezialisierung einbringen, sowie aus anerkannten Experten, die zu führenden Unternehmen der Branche und verwandter Sektoren gehören.

Dank der multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, wird der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglicht, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Lernen ermöglicht, das auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms basiert auf problemorientiertem Lernen, bei dem der Manager versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des Programms auftreten. Dazu steht der Fachkraft ein innovatives interaktives Videosystem zur Verfügung, das von anerkannten Experten auf dem Gebiet des Managements von Zahnkliniken mit umfangreicher didaktischer Erfahrung entwickelt wurde.

*Erfahren Sie mehr über die neuesten Trends im Management von Zahnkliniken.*

*Entwickeln Sie Ihre Managementfähigkeiten mit diesem Programm und verbessern Sie Ihre beruflichen Fähigkeiten.*



# 02 Ziele

Das Programm in Management von Zahnkliniken zielt darauf ab, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern.





“

*Das Hauptziel dieses Programms ist es, Ihr persönliches und berufliches Wachstum zu fördern, indem es Ihnen hilft, als Direktor einer Zahnklinik erfolgreich zu sein“*



## Allgemeine Ziele

---

- ♦ Verwenden theoretischer, methodischer und analytischer Werkzeuge, um ihre eigenen klinisch-dentalen Geschäfte optimal zu verwalten und zu leiten und sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld effektiv zu differenzieren
- ♦ Erwerben von Fähigkeiten in den Bereichen Strategie und Vision, um die Identifizierung neuer Geschäftsmöglichkeiten zu erleichtern
- ♦ Fördern des Erwerbs persönlicher und beruflicher Fähigkeiten, die die Studenten dazu ermutigen, ihre eigenen Unternehmensprojekte mit größerem Selbstvertrauen und größerer Entschlossenheit in Angriff zu nehmen, sowohl bei der Gründung eines eigenen klinisch-dentalen Unternehmens als auch bei der Innovation des Management- und Führungsmodells des klinisch-dentalen Unternehmens, das sie bereits besitzen
- ♦ Professionalisieren des klinisch-dentalen Sektors durch kontinuierliches und spezifisches Studium im Bereich des Managements und der Unternehmensführung



## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Säulen des Managements einer Zahnklinik

- ♦ Beschreiben der aktuellen Situation und der zukünftigen Trends in internationalen klinisch-dentalen Geschäftsmodellen, um Ziele und differenzierende und erfolgreiche Strategien definieren zu können
- ♦ Kennenlernen der Terminologie und der Konzepte, die für den Bereich Management und Unternehmensführung spezifisch sind, um sie effektiv in klinisch-dentalen Unternehmen anzuwenden
- ♦ Entdecken und Analysieren der Schlüsselpunkte erfolgreicher Geschäftsmodelle führender Zahnkliniken, um die Motivation, Inspiration und strategische Mentalität zukünftiger Manager zu steigern

### Modul 2. Gestaltung einer Zahnklinik

- ♦ Effektives Identifizieren und Beschreiben des Wertversprechens der Zahnarztpraxis, als solide Grundlage für die Erstellung einer anschließenden Marketing- und Verkaufsstrategie
- ♦ Erlernen der Validierungsmethode für die Erstellung und Innovation von Geschäftsmodellen, die in allen Geschäftsbereichen am häufigsten verwendet werden, mit praktischer und spezifischer Anwendung im Bereich der Zahnmedizin

### Modul 3. Einführung in das Marketing

- ♦ Beschreiben der Sprache, der Konzepte, der Instrumente und der Logik des Marketings als wichtige Geschäftsaktivität für das Wachstum und die Positionierung des klinisch-dentalen Geschäfts

#### **Modul 4. Marketing 2.0**

- ♦ Vertiefen der digitalen Kommunikationstools, die in der 2.0-Ära unbedingt beherrscht werden müssen, um sicherzustellen, dass das Wertangebot der Zahnklinik die Zielpatienten über die am besten geeigneten Kanäle erreicht
- ♦ Entwerfen von Marketing- und Kommunikationskampagnen, die auf bestimmte Ziele ausgerichtet sind und deren Wirkung anhand von leicht zu interpretierenden Metriken gemessen werden kann

#### **Modul 5. Der Wert des Humankapitals**

- ♦ Erwerben von Managementfähigkeiten auf der Grundlage von Führungsqualitäten, die eine effektive Kommunikation mit dem Team ermöglichen und die Schaffung eines gesunden Arbeitsumfelds begünstigen, das auf gemeinsame Ziele und die Erzielung von Ergebnissen ausgerichtet ist
- ♦ Erlernen der grundlegenden Konzepte des Personalmanagements, um Rekrutierungsprozesse zu leiten und die Talente des Teams, das die Zahnklinik ausmacht, zu schützen
- ♦ Lernen, Aufgaben entsprechend der Rollendefinition zuzuweisen und so ein gesundes, ausgewogenes und produktives Arbeitsumfeld zu fördern

#### **Modul 6. Teammanagement**

- ♦ Entwickeln einer effektiven Methode für Teammanagement, Entscheidungsfindung und Konfliktlösung auf der Grundlage des Modells der emotionalen Intelligenz und Techniken des Organisationscoachings
- ♦ Nachdenken über die Eigenschaften der Führungspersönlichkeit in Organisationen und Stärkung der Führungskompetenzen für eine erfolgreiche Führung durch die Anwendung der neuesten Coaching- und emotionalen Intelligenztechniken

#### **Modul 7. Qualitäts- und Zeitmanagement in der Zahnklinik**

- ♦ Gestalten von Arbeitsabläufen, die sich auf ein Modell für Produktivität und Qualität in der Zahnklinik konzentrieren, das auf der Philosophie der kontinuierlichen Verbesserung basiert
- ♦ Verwenden digitaler Tools, die die effiziente Planung und Verwaltung der Aufgaben der Zahnklinik erleichtern, was kurzfristig zu erheblichen Kosteneinsparungen führt

#### **Modul 8. Einkauf und Lagerverwaltung**

- ♦ Anwenden von Instrumenten und Arbeitsverfahren, die für eine optimale Einkaufs- und Lagerverwaltung von Ressourcen unerlässlich sind, um einen unproduktiven Ausgabenfluss zu vermeiden
- ♦ Entwickeln von Verhandlungsgeschick für den Umgang mit Lieferanten, Kunden und dem Teammanagement mit dem Schwerpunkt auf Win-Win-Ergebnissen

#### **Modul 9. Kosten und Finanzen für Zahnkliniken**

- ♦ Beherrschen der wichtigsten Finanzinstrumente, um wichtige Entscheidungen auf der Grundlage objektiver Daten zu treffen
- ♦ Erwerben wichtiger Kenntnisse der Kostenanalyse, um die aktuelle Situation Ihres Unternehmens in Bezug auf die Rentabilität zu verstehen und Zukunftsszenarien definieren zu können

#### **Modul 10. Zahnärztliche Ethik**

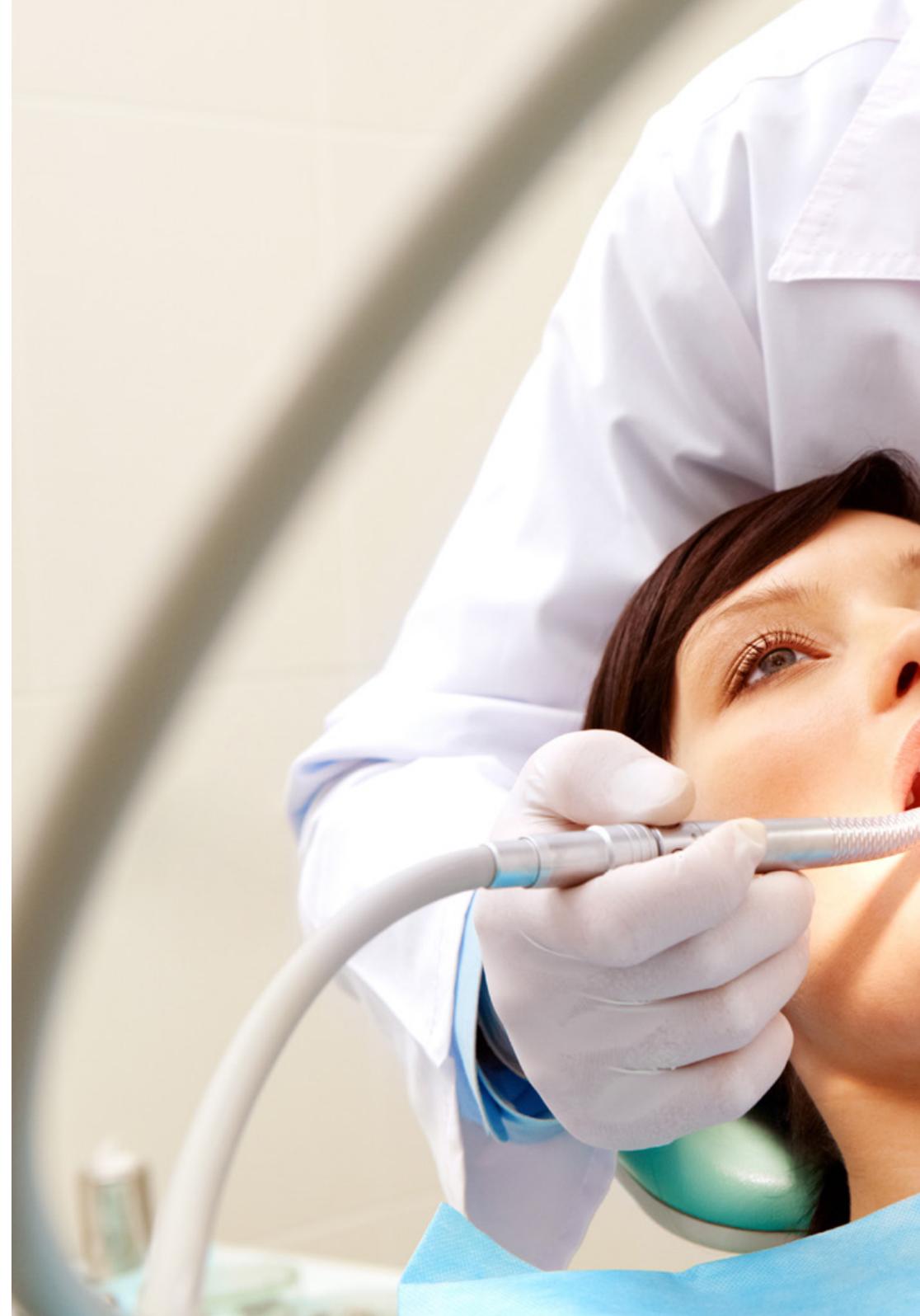
- ♦ Erläutern der wichtigsten Aufgaben und moralischen Verpflichtungen im Zusammenhang mit der Entwicklung des zahnärztlichen Berufsstandes im geschäftlichen Umfeld, wobei der Schwerpunkt auf der Behandlung des Patienten liegt

### Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- ♦ Analysieren der Auswirkungen der Globalisierung auf die Unternehmensführung und Corporate Governance
- ♦ Beurteilen der Bedeutung einer effektiven Führung für das Management und den Erfolg von Unternehmen
- ♦ Definieren von interkulturellen Managementstrategien und deren Bedeutung in unterschiedlichen Geschäftsumgebungen
- ♦ Entwickeln von Führungsqualitäten und Verstehen der aktuellen Herausforderungen für Führungskräfte
- ♦ Bestimmen der Prinzipien und Praktiken der Unternehmensethik und deren Anwendung bei der Entscheidungsfindung in Unternehmen
- ♦ Strukturieren von Strategien zur Umsetzung und Verbesserung von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung in Unternehmen

### Modul 12. Personal- und Talentmanagement

- ♦ Bestimmen der Beziehung zwischen strategischer Ausrichtung und Personalmanagement
- ♦ Vertiefen der Kompetenzen, die für ein effektives kompetenzbasiertes Personalmanagement erforderlich sind
- ♦ Vertiefen der Methoden für Leistungsbeurteilung und Leistungsmanagement
- ♦ Integrieren von Innovationen im Talentmanagement und deren Auswirkungen auf die Bindung und Loyalität des Personals
- ♦ Entwickeln von Strategien zur Motivation und Entwicklung von Hochleistungsteams
- ♦ Vorschlagen effektiver Lösungen für das Änderungsmanagement und die Konfliktlösung in Organisationen





### **Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung**

- ◆ Analysieren der makroökonomischen Rahmenbedingungen und deren Einfluss auf das nationale und internationale Finanzsystem
- ◆ Definieren von Informationssystemen und Business Intelligence für die finanzielle Entscheidungsfindung
- ◆ Unterscheiden wichtiger finanzieller Entscheidungen und Risikomanagement im Finanzmanagement
- ◆ Bewerten von Strategien für die Finanzplanung und die Beschaffung von Unternehmensfinanzierung

### **Modul 14. Geschäftsleitung**

- ◆ Definieren des Konzepts des General Management und seiner Bedeutung für die Unternehmensführung
- ◆ Bewerten der Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Managements in der Organisationskultur
- ◆ Analysieren der Bedeutung von Betriebsmanagement und Qualitätsmanagement in der Wertschöpfungskette
- ◆ Entwickeln von Fähigkeiten zur zwischenmenschlichen Kommunikation und zum Sprechen in der Öffentlichkeit für die Ausbildung von Pressesprechern



*Aktualisieren Sie Ihr Wissen durch das Programm in Management von Zahnkliniken"*

# 03

# Kompetenzen

Nach Bestehen der Prüfungen des MBA in Management von Zahnkliniken wird der zukünftige Manager die notwendigen beruflichen Fähigkeiten erworben haben, um seinen Kunden einen hochwertigen Service zu bieten und ein erfolgreiches Unternehmen zu führen.



“

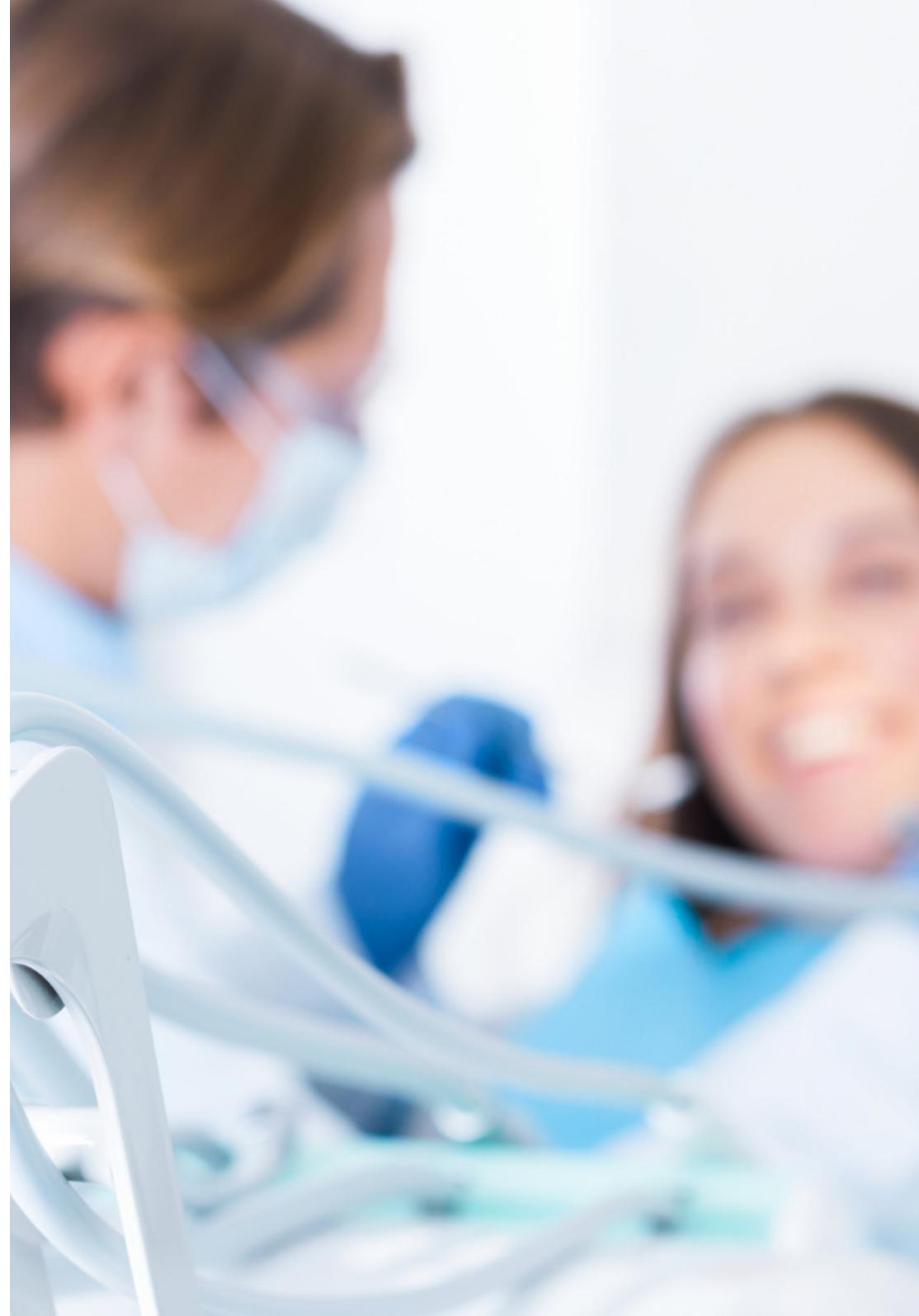
*Wir begleiten Sie bei der Gründung und Entwicklung Ihres Unternehmens, damit es zu einem soliden Projekt mit Wachstumserwartungen wird"*



## Allgemeine Kompetenzen

---

- ♦ Beherrschen und Interpretieren von Wissen, das dem Studenten die Möglichkeit bietet, bei der Entwicklung des Geschäftsmodells originell zu sein
- ♦ Anwenden von Techniken, Strategien und Problemlösungsfähigkeiten in neuen oder ungewohnten Umgebungen innerhalb multidisziplinärer Kontexte im klinisch-dentalen Bereich
- ♦ Durchführen von Analysen und Synthesen und dadurch die Entscheidungsfähigkeit im Bereich der Unternehmensführung verbessern
- ♦ Kommunizieren der eigenen Schlussfolgerungen auf klare und unmissverständliche Weise





## Spezifische Kompetenzen

---

- Definieren der Rolle jedes einzelnen Teammitglieds innerhalb der Zahnklinik
- Angemessenes Handhaben bestehender Strategien für die Anwerbung, Vergütung und Gewinnung von Talenten
- Wirksames Anwenden der Modalitäten des Vertragsabschlusses, um die Gehaltsabrechnung zu verwalten und so eine korrekte Schulung der Vergütung der Mitglieder des Teams unserer Zahnklinik zu erreichen
- Festlegen von Handlungsprotokollen, die eine korrekte Durchführung von Aufgaben in der Zahnklinik ermöglichen, einschließlich Überwachungsinstrumenten zur Kontrolle und Bewertung der Anwendung dieser Protokolle
- Erstellen von Zufriedenheitsumfragen zur Entwicklung und Umsetzung von Verbesserungen, die sich an die Bedürfnisse der Patienten in der Zahnklinik anpassen
- Identifizieren der Kostenarten, die in einer Zahnklinik anfallen, um die Kosten/ Stunde dafür zu berechnen und eine angemessene Preisgestaltung festzulegen
- Berechnen der wichtigsten Rentabilitätskennzahlen eines Projekts zur Errichtung einer Zahnklinik
- Erkennen und Antizipieren neuer Managementtrends im Bereich der Zahnkliniken
- Wissen, wie man die beste Geschäftsstrategie für die zu erreichenden Ziele entwickelt
- Wissen, wie man ein Arbeitsteam im klinisch-dentalen Bereich managt und leitet
- Organisieren und Durchführen der Einkaufsfunktion in einer Klinik
- Definieren und Bewerten von Lieferantenauswahl-, Beschaffungs- und Lieferprozessen, die dazu beitragen, den Fluss der für den ordnungsgemäßen Betrieb der Klinik erforderlichen Materialien zu gewährleisten
- Kontrollieren der Bestände auf effiziente Weise und somit die Verbesserung der Verwaltung des Anlagekapitals
- Intelligentes und einfaches Verhandeln, um die günstigsten Bedingungen für die richtige Entwicklung der Zahnklinik zu erhalten
- Ausführen des zahnärztlichen Berufs auf ethischer und moralischer Grundlage



*Da sich die Geschäftswelt verändert, steigt auch der Bedarf an bestimmten Managementfähigkeiten. Deshalb muss jeder Manager oder angehende Manager seine Managementfähigkeiten ständig aktualisieren und verbessern“*

# 04

## Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Spezialisten für das Management von Zahnkliniken und anderen verwandten Bereichen, die ihre Erfahrungen in diese Spezialisierung einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Spezialisten an der Gestaltung und Ausarbeitung des Programms beteiligt und vervollständigen es auf interdisziplinäre Weise.





“

*Erfahren Sie von führenden Fachleuten über die neuesten Fortschritte bei den Verfahren auf dem Gebiet des Managements von Zahnkliniken“*

## Internationaler Gastdirektor

Chyree Heirs-Alexandre ist eine Spezialistin für das **Management des öffentlichen Gesundheitswesens** mit umfassender Erfahrung in der Leitung von Arztpraxen. Als Direktorin des **Worcester Family Medical Center** in den Vereinigten Staaten hat sie sich für die Verbesserung der Gesundheit und des Wohlbefindens der Einwohner von Worcester eingesetzt. Insbesondere hat sie kulturell vielfältigen Bevölkerungsgruppen ihre Hilfe angeboten, indem sie ihnen Zugang zu **sozialen Diensten** und **Primärversorgung** verschafft hat. Ihr Ziel ist es, eine erschwingliche, hochwertige und umfassende Versorgung zu gewährleisten, unabhängig von der Zahlungsfähigkeit der Patienten.

Durch ihr kontinuierliches Engagement im Bereich der **öffentlichen Gesundheit** setzt sie sich dafür ein, dass Gesundheitsdienste und -politiken auf die Gewährleistung von Wohlbefinden und Lebensqualität ausgerichtet sein sollten. In diesem Sinne war sie **stellvertretende Leiterin des Praxismanagements** im **Brockton Neighbourhood Health Centre**. In dieser Position vertiefte sie ihre Fähigkeiten in der Koordinierung der Aktivitäten, die in medizinischen Zentren stattfinden.

Als Spezialistin in diesem Bereich ist Heirs-Alexandre bestrebt, eine effiziente Verwaltung des Gesundheitswesens zu gewährleisten, die auf den neuesten organisatorischen Instrumenten und Strategien basiert. In dieser Hinsicht hat sie in einer Vielzahl von Bereichen gearbeitet, um die **Gesundheit zu fördern** und **Krankheiten in den Gemeinden vorzubeugen**. In diesem Sinne beteiligte sie sich im Jahr 2020 an den Impfbemühungen während der COVID-19-Pandemie und stellte sicher, dass alle Menschen Zugang zu einer Impfung gegen diese Krankheit hatten.

Einige ihrer Hauptaufgaben waren die Mitarbeit an Programmen zur **Krankheitsvorbeugung** und die Förderung gesunder Lebensgewohnheiten, um nur einige zu nennen. Chyree Heirs-Alexandre ist **Associate Director und Chief Operating Officer** an der Harvard Dental School. In dieser Position ist sie für das Management der täglichen Aktivitäten und des Hilfspersonals des Zentrums verantwortlich.



## Fr. Heirs-Alexandre, Chyree

---

- ♦ Chief Operating Officer der Harvard Dental School, Boston, USA
- ♦ Gründerin des Unternehmens Orchids in Bloom Credentialing
- ♦ Direktorin des klinischen Betriebs im Family Health Center in Worcester
- ♦ Stellvertretende Direktorin für Praxismanagement im Brockton Neighborhood Health Center
- ♦ Koordinatorin für Akkreditierung bei Stamford Health
- ♦ Spezialistin für Akkreditierung bei NextGen Healthcare
- ♦ Koordinatorin für das Gesundheitswesen bei Vein Restoration Center-Corporate Medical Industry
- ♦ Klinische Assistentin im Stamford Hospital
- ♦ Masterstudiengang in Öffentlicher Gesundheit von der Southern New Hampshire University
- ♦ Hochschulabschluss in Gesundheitsverwaltung vom Charter Oak State College

“

*Dank TECH werden Sie  
mit den besten Fachleuten  
der Welt lernen können"*

## Internationaler Gastdirektor

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Gestaltung und Leitung globaler **Talentakquisitionsteams** ist Jennifer Dove eine Expertin für **Personalbeschaffung** und **Strategie** im Technologiebereich. Im Laufe ihrer Karriere hatte sie leitende Positionen in verschiedenen Technologieorganisationen von **Fortune-50-Unternehmen** inne, darunter **NBC Universal** und **Comcast**. Ihre Erfolgsbilanz hat es ihr ermöglicht, sich in wettbewerbsintensiven, wachstumsstarken Umgebungen auszuzeichnen.

Als **Vizepräsidentin für Talentakquise** bei **Mastercard** ist sie für die Überwachung der Strategie und Durchführung des Talent Onboarding verantwortlich und arbeitet mit Geschäftsführern und **Personalleitern** zusammen, um operative und strategische Einstellungsziele zu erreichen. Ihr Ziel ist es insbesondere, **vielfältige, integrative und leistungsstarke Teams** aufzubauen, die die Innovation und das Wachstum der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens vorantreiben. Darüber hinaus ist sie Expertin für den Einsatz von Instrumenten zur Gewinnung und Bindung der besten Mitarbeiter aus aller Welt. Zudem ist sie für die **Stärkung der Arbeitgebermarke** und des Wertversprechens von **Mastercard** durch Publikationen, Veranstaltungen und soziale Medien verantwortlich.

Jennifer Dove hat ihr Engagement für eine kontinuierliche berufliche Weiterentwicklung unter Beweis gestellt, indem sie sich aktiv an Netzwerken von **Personalfachleuten** beteiligt und zur Eingliederung zahlreicher Mitarbeiter in verschiedenen Unternehmen beigetragen hat. Nach ihrem Hochschulabschluss in **Organisationskommunikation** an der Universität von **Miami** hatte sie leitende Positionen im Recruiting bei Unternehmen in verschiedenen Bereichen inne.

Darüber hinaus wurde sie für ihre Fähigkeit anerkannt, organisatorische Umgestaltungen zu leiten, **Technologien in Einstellungsprozesse zu integrieren** und Führungsprogramme zu entwickeln, die Einrichtungen auf künftige Herausforderungen vorbereiten. Außerdem hat sie erfolgreich **Wellness-Programme** eingeführt, die die Zufriedenheit und Bindung der Mitarbeiter deutlich erhöht haben.



## Fr. Dove, Jennifer

---

- Vizepräsidentin für Talentakquise bei Mastercard, New York, USA
- Direktorin für Talentakquise bei NBC Universal, New York, USA
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Comcast
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Rite Hire Advisory
- Geschäftsführende Vizepräsidentin, Verkaufsabteilung bei Ardor NY Real Estate
- Direktorin für Personalbeschaffung bei Valerie August & Associates
- Kundenbetreuerin bei BNC
- Kundenbetreuerin bei Vault
- Hochschulabschluss in Organisationskommunikation an der Universität von Miami

“

*Ein einzigartiges, wichtiges und entscheidendes Fortbildungserlebnis, um Ihre berufliche Entwicklung zu fördern“*

## Internationaler Gastdirektor

Rick Gauthier ist eine Führungspersönlichkeit im Technologiebereich mit jahrzehntelanger Erfahrung in **führenden multinationalen Technologieunternehmen**. Er hat sich auf dem Gebiet der **Cloud-Services** und der Verbesserung von End-to-End-Prozessen profiliert. Er gilt als äußerst effektiver Teamleiter und Manager, der ein natürliches Talent dafür hat, ein hohes Maß an Engagement bei seinen Mitarbeitern sicherzustellen.

Er ist ein Naturtalent in Sachen Strategie und Innovation in der Geschäftsführung, entwickelt neue Ideen und untermauert seinen Erfolg mit hochwertigen Daten. Seine Erfahrung bei **Amazon** hat es ihm ermöglicht, die IT-Dienste des Unternehmens in den USA zu verwalten und zu integrieren. Bei **Microsoft** leitete er ein Team von 104 Mitarbeitern, das für die Bereitstellung der unternehmensweiten IT-Infrastruktur und die Unterstützung der Produktentwicklungsabteilungen im gesamten Unternehmen verantwortlich war.

Diese Erfahrung hat ihn zu einem herausragenden Manager mit bemerkenswerten Fähigkeiten zur Steigerung der Effizienz, Produktivität und allgemeinen Kundenzufriedenheit gemacht.



## Hr. Gauthier, Rick

---

- ♦ Regionaler IT-Manager - Amazon, Seattle, Vereinigte Staaten
- ♦ Senior Programm-Manager bei Amazon
- ♦ Vizepräsident bei Wimmer Solutions
- ♦ Senior Manager für technische Produktivitätsdienste bei Microsoft
- ♦ Hochschulabschluss in Cybersicherheit von der Western Governors University
- ♦ Technisches Zertifikat in *Commercial Diving* von Divers Institute of Technology
- ♦ Hochschulabschluss in Umweltstudien vom The Evergreen State College

“

*Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“*

## Internationaler Gastdirektor

Romi Arman ist ein renommierter internationaler Experte mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung in den Bereichen **digitale Transformation, Marketing, Strategie und Beratung**. Im Laufe seiner langen Karriere hat er viele Risiken auf sich genommen und ist ein ständiger **Verfechter** von **Innovation** und **Wandel** im Geschäftsumfeld. Mit dieser Expertise hat er mit CEOs und Unternehmensorganisationen auf der ganzen Welt zusammengearbeitet und sie dazu gebracht, sich von traditionellen Geschäftsmodellen zu lösen. Auf diese Weise hat er Unternehmen wie Shell Energy geholfen, **echte Marktführer** zu werden, die sich auf ihre **Kunden** und die **digitale Welt** konzentrieren.

Die von Arman entwickelten Strategien haben eine latente Wirkung, denn sie haben es mehreren Unternehmen ermöglicht, die **Erfahrungen von Verbrauchern, Mitarbeitern und Aktionären gleichermaßen zu verbessern**. Der Erfolg dieses Experten ist durch greifbare Kennzahlen wie **CSAT, Mitarbeiterengagement** in den Institutionen, für die er tätig war, und das Wachstum des **Finanzindikators EBITDA** in jeder von ihnen messbar.

Außerdem hat er in seiner beruflichen Laufbahn **Hochleistungsteams aufgebaut und geleitet**, die sogar für ihr **Transformationspotenzial** ausgezeichnet wurden. Speziell bei Shell hat er sich stets bemüht, drei Herausforderungen zu meistern: die komplexen **Anforderungen** der Kunden an die **Dekarbonisierung** zu erfüllen, eine „**kosteneffiziente Dekarbonisierung**“ zu unterstützen und eine fragmentierte **Daten-, Digital- und Technologielandschaft zu überarbeiten**. So haben seine Bemühungen gezeigt, dass es für einen nachhaltigen Erfolg unerlässlich ist, von den Bedürfnissen der Verbraucher auszugehen und die Grundlagen für die Transformation von Prozessen, Daten, Technologie und Kultur zu schaffen.

Andererseits zeichnet sich der Manager durch seine Beherrschung der **geschäftlichen Anwendungen von Künstlicher Intelligenz** aus, ein Fach, in dem er einen Aufbaustudiengang an der London Business School absolviert hat. Gleichzeitig hat er Erfahrungen im Bereich **IoT** und **Salesforce** gesammelt.



## Hr. Arman, Romi

---

- Direktor für digitale Transformation (CDO) bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Globaler Leiter für eCommerce und Kundenservice bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Nationaler Key Account Manager (Automobilhersteller und Einzelhandel) bei Shell in Kuala Lumpur, Malaysia
- Senior Management Consultant (Finanzdienstleistungssektor) für Accenture mit Sitz in Singapur
- Hochschulabschluss an der Universität von Leeds
- Aufbaustudiengang in Geschäftsanwendungen der KI für leitende Angestellte an der London Business School
- Zertifizierung zum CCXP Customer Experience Professional
- Kurs in Digitale Transformation für Führungskräfte von IMD

“

*Möchten Sie Ihr Wissen mit höchster pädagogischer Qualität aktualisieren? TECH bietet Ihnen die aktuellsten Inhalte auf dem akademischen Markt, die von authentischen Experten von internationalem Prestige entwickelt wurden"*

## Internationaler Gastdirektor

Manuel Arens ist ein erfahrener Experte für Datenmanagement und Leiter eines hochqualifizierten Teams. Arens ist globaler Einkaufsleiter in der Abteilung für technische Infrastruktur und Rechenzentren von Google, wo er den größten Teil seiner Karriere verbracht hat. Von Mountain View, Kalifornien, aus hat er Lösungen für die operativen Herausforderungen des Tech-Giganten erarbeitet, wie beispielsweise die **Integrität von Stammdaten**, die **Aktualisierung von Lieferantendaten** und die **Priorisierung von Lieferanten**. Er hat die Planung der Lieferkette von Rechenzentren und die Risikobewertung von Lieferanten geleitet und dabei Prozessverbesserungen und ein Workflow-Management geschaffen, die zu erheblichen Kosteneinsparungen geführt haben.

Mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung in der Bereitstellung digitaler Lösungen und der Führung von Unternehmen in verschiedenen Branchen verfügt er über umfassende Erfahrung in allen Aspekten der Bereitstellung strategischer Lösungen, einschließlich **Marketing**, **Medienanalyse**, **Messung** und **Attribution**. Für seine Arbeit hat er mehrere Auszeichnungen erhalten, darunter den **BIM Leadership Preis**, den **Search Leadership Preis**, den **Preis für das Programm zur Leadgenerierung im Export** und den **Preis für das beste Vertriebsmodell von EMEA**.

Arens war auch als **Vertriebsleiter** in Dublin, Irland, tätig. In dieser Funktion baute er innerhalb von drei Jahren ein Team von 4 auf 14 Mitarbeiter auf und führte das Vertriebsteam so, dass es Ergebnisse erzielte und gut miteinander und mit funktionsübergreifenden Teams zusammenarbeitete. Außerdem war er als **Senior Industrieanalyst** in Hamburg tätig und erstellte Storylines für über 150 Kunden, wobei er interne und externe Tools zur Unterstützung der Analyse einsetzte. Er entwickelte und verfasste ausführliche Berichte, in denen er sein Fachwissen unter Beweis stellte, einschließlich des Verständnisses der **makroökonomischen und politischen/regulatorischen Faktoren**, die die Einführung und Verbreitung von Technologien beeinflussen.

Er hat auch Teams bei Unternehmen wie **Eaton**, **Airbus** und **Siemens** geleitet, wo er wertvolle Erfahrungen im Kunden- und Lieferkettenmanagement sammeln konnte. Er zeichnet sich besonders dadurch aus, dass er die Erwartungen immer wieder übertrifft, indem er wertvolle Kundenbeziehungen aufbaut und **nahtlos mit Menschen auf allen Ebenen eines Unternehmens** zusammenarbeitet, einschließlich Stakeholdern, Management, Teammitgliedern und Kunden. Sein datengesteuerter Ansatz und seine Fähigkeit, innovative und skalierbare Lösungen für die Herausforderungen der Branche zu entwickeln, haben ihn zu einer führenden Persönlichkeit in seinem Bereich gemacht.



## Hr. Arens, Manuel

---

- ♦ Globaler Einkaufsleiter bei Google, Mountain View, USA
- ♦ Senior B2B Analytics and Technology Manager bei Google, USA
- ♦ Vertriebsleiter bei Google, Irland
- ♦ Senior Industrial Analyst bei Google, Deutschland
- ♦ Kundenbetreuer bei Google, Irland
- ♦ Accounts Payable bei Eaton, UK
- ♦ Lieferkettenmanager bei Airbus, Deutschland

“

*Setzen Sie auf TECH! Sie werden Zugang zu den besten didaktischen Materialien haben, die auf dem neuesten Stand der Technik und der Bildung sind und von international anerkannten Spezialisten auf diesem Gebiet umgesetzt werden“*

## Internationaler Gastdirektor

Andrea La Sala ist ein erfahrener Marketingmanager, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss** auf die **Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising** und **Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren** und **konkrete, auf spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen** durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität** und seine **Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein **ausgeprägtes kommerzielles Bewusstsein**, eine **Marktvision** und eine **echte Leidenschaft** für die **Produkte**.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising** bei **Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien** für **Bekleidung** und **Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den **Einzelhandel** und die **Bedürfnisse** und das **Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des **Produktmarketings** in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation** und **Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein** oder der **Gruppe Coin** Projekte zur Förderung der **Struktur, Entwicklung** und **Vermarktung** verschiedener **Kollektionen** durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern** für **Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich.

Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse** und **Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer** in der **Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe **Managementkapazität**, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung verschiedener Marken** und die **Neudefinition ihrer Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.



## Hr. La Sala, Andrea

---

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani, Mailand, Italien
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A.
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*Bei TECH erwarten Sie die qualifiziertesten und erfahrensten internationalen Fachleute, die Ihnen einen erstklassigen Unterricht bieten, der auf dem neuesten Stand der Wissenschaft ist und auf den neuesten Erkenntnissen beruht. Worauf warten Sie, um sich einzuschreiben?"*

## Internationaler Gastdirektor

Mick Gram ist international ein Synonym für Innovation und Exzellenz im Bereich der **Business Intelligence**. Seine erfolgreiche Karriere ist mit Führungspositionen in multinationalen Unternehmen wie **Walmart** und **Red Bull** verbunden. Er ist auch bekannt für seine Vision, **aufkommende Technologien zu identifizieren**, die langfristig einen nachhaltigen Einfluss auf das Unternehmensumfeld haben.

Andererseits gilt er als Pionier bei der **Verwendung von Datenvisualisierungstechniken**, die komplexe Datensätze vereinfachen, sie zugänglich machen und die Entscheidungsfindung erleichtern. Diese Fähigkeit wurde zur Säule seines beruflichen Profils und machte ihn zu einem begehrten Aktivposten für viele Organisationen, die auf das **Sammeln von Informationen und darauf basierende konkrete Maßnahmen** setzen.

Eines seiner herausragendsten Projekte der letzten Jahre war die **Plattform Walmart Data Cafe**, die größte ihrer Art weltweit, die in der Cloud für **Big Data-Analysen** verankert ist. Darüber hinaus war er als **Direktor für Business Intelligence** bei **Red Bull** tätig, wo er Bereiche wie **Verkauf, Vertrieb, Marketing und Lieferkettenoperationen** abdeckte. Sein Team wurde kürzlich für seine ständige Innovation bei der Nutzung der neuen API von Walmart Luminare für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

Was die Ausbildung betrifft, so verfügt die Führungskraft über mehrere Master- und Aufbaustudiengänge an renommierten Zentren wie der **Universität von Berkeley** in den Vereinigten Staaten und der **Universität von Kopenhagen** in Dänemark. Durch diese ständige Weiterbildung hat der Experte modernste Kompetenzen erlangt. So gilt er als **geborener Anführer der neuen globalen Wirtschaft**, in deren Mittelpunkt das Streben nach Daten und ihren unendlichen Möglichkeiten steht.



## Hr. Gram, Mick

- Direktor für *Business Intelligence* und Analytik bei Red Bull, Los Angeles, USA
- Architekt für *Business Intelligence*-Lösungen für Walmart Data Café
- Unabhängiger Berater für *Business Intelligence* und *Data Science*
- Direktor für *Business Intelligence* bei Capgemini
- Chefanalyst bei Nordea
- Senior Berater für *Business Intelligence* bei SAS
- Executive Education in KI und Machine Learning am UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA in E-Commerce an der Universität von Kopenhagen
- Hochschulabschluss und Masterstudiengang in Mathematik und Statistik an der Universität von Kopenhagen

“

*Studieren Sie an der laut Forbes besten Online-Universität der Welt! In diesem MBA haben Sie Zugang zu einer umfangreichen Bibliothek mit Multimedia-Ressourcen, die von international renommierten Professoren entwickelt wurden"*

## Internationaler Gastdirektor

Scott Stevenson ist ein angesehenes Experte für **digitales Marketing**, der seit über 19 Jahren für eines der mächtigsten Unternehmen der Unterhaltungsindustrie, **Warner Bros. Discovery**, tätig ist. In dieser Funktion war er maßgeblich an der **Überwachung der Logistik** und der  **kreativen Arbeitsabläufe** auf mehreren digitalen Plattformen beteiligt, darunter soziale Medien, Suche, Display und lineare Medien.

Seine Führungsqualitäten haben entscheidend dazu beigetragen, die **Produktionsstrategien** für **bezahlte Medien** voranzutreiben, was zu einer deutlichen **Verbesserung der Konversionsraten** seines Unternehmens führte. Gleichzeitig hat er während seiner früheren Tätigkeit im Management desselben multinationalen Unternehmens andere Aufgaben übernommen, wie z. B. die des Marketingdirektors und des Verkehrsleiters.

Stevenson war auch am weltweiten Vertrieb von Videospielen und **digitalen Eigentumskampagnen** beteiligt. Außerdem war er für die Einführung operativer Strategien im Zusammenhang mit der Fortbildung, Fertigstellung und Lieferung von Ton- und Bildinhalten für **Fernsehwerbung und Trailer** verantwortlich.

Darüber hinaus hat er einen Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida und einen Masterstudiengang in Kreativem Schreiben von der Universität von Kalifornien absolviert, was seine Fähigkeiten in den Bereichen **Kommunikation** und **Storytelling** unter Beweis stellt. Außerdem hat er an der Fakultät für Berufliche Entwicklung der Universität Harvard an bahnbrechenden Programmen über den Einsatz von **Künstlicher Intelligenz** in der **Wirtschaft** teilgenommen. Sein berufliches Profil ist somit eines der wichtigsten im Bereich **Marketing** und **digitale Medien**.



## Hr. Stevenson, Scott

---

- Direktor für Marketingdienste bei Warner Bros. Discovery, Burbank, USA
- Verkehrsleiter bei Warner Bros. Entertainment
- Masterstudiengang in Kreatives Schreiben von der Universität von Kalifornien
- Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida

“

*Erreichen Sie Ihre akademischen und beruflichen Ziele mit den am besten qualifizierten Experten der Welt! Die Dozenten dieses MBA werden Sie durch den gesamten Lernprozess begleiten"*

## Internationaler Gastdirektor

Dr. Eric Nyquist ist ein führender internationaler Sportexperte, der auf eine beeindruckende Karriere zurückblicken kann. Er ist bekannt für seine **strategischen Führungsqualitäten** und seine Fähigkeit, Veränderungen und **Innovationen** in **hochrangigen Sportorganisationen** voranzutreiben.

Er hatte unter anderem leitende Positionen als **Direktor für Kommunikation und Einfluss** bei **NASCAR in Florida, USA**, inne. Mit seiner langjährigen Erfahrung bei NASCAR hat Dr. Nyquist auch eine Reihe von Führungspositionen innegehabt, darunter **Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung** und **Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten**, wobei er mehr als ein Dutzend Disziplinen von der **strategischen Entwicklung** bis zum **Unterhaltungsmarketing** leitete.

Nyquist hat auch Chicagos Top-Sportfranchises einen bedeutenden Stempel aufgedrückt. Als **Geschäftsführender Vizepräsident** der **Chicago Bulls** und der **Chicago White Sox** hat er seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, **geschäftliche und strategische Erfolge** in der Welt des Profisports zu erzielen.

Schließlich begann er seine Karriere im Sport, als er in **New York** als **leitender strategischer Analyst** für **Roger Goodell** in der **National Football League (NFL)** arbeitete und davor als **Rechtspraktikant** beim **Amerikanischen Fußballverband**.



## Hr. Nyquist, Eric

---

- Direktor für Kommunikation und Einfluss, NASCAR, Florida, USA
- Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung, NASCAR, USA
- Vizepräsident für strategische Planung bei NASCAR
- Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten bei NASCAR
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago White Sox
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago Bulls
- Manager für Geschäftsplanung bei der National Football League (NFL)
- Praktikant für Geschäftsangelegenheiten/Recht beim amerikanischen Fußballverband
- Promotion in Rechtswissenschaften an der Universität von Chicago
- Masterstudiengang in Betriebswirtschaft (MBA) an der Booth School of Business der Universität von Chicago
- Hochschulabschluss in Internationaler Wirtschaft am Carleton College

“

*Dank dieses 100%igen Online-Universitätsabschlusses können Sie Ihr Studium mit Hilfe der führenden internationalen Experten auf dem Gebiet, das Sie interessiert, mit Ihren täglichen Verpflichtungen verbinden. Schreiben Sie sich jetzt ein!”*

## Leitung



### Hr. Guillot, Jaime

- ♦ Unternehmer und Investor bei Web3
- ♦ CEO von Mergelina Inversiones
- ♦ Geschäftsführender Direktor von Demium Startups
- ♦ Mitgründer und Strategie-Direktor von Hikaru VR Agency
- ♦ Mitgründer und CEO von Drone Spain
- ♦ Mitgründer der IMBS Business School
- ♦ Gründer der Internet & Mobile Business School
- ♦ Gründer und CEO von Fight Technologies
- ♦ Umfassende Erfahrung in Start-ups
- ♦ Dozent im Masterstudiengang in Innovation und Unternehmensgründung von Bankinter
- ♦ Zertifizierter Coach durch die Europäische Schule für Führungskräfte (EEL)
- ♦ Operativer Manager, BBVA
- ♦ Ausbilder in Programmen für Führung und emotionales Management in Unternehmen
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management, UPV
- ♦ Spezialisierung auf die Industrie
- ♦ Sprachtraining in Englisch, Deutsch und Chinesisch
- ♦ Freiwilliger für die Vereinigung für die pädagogische Betreuung von Menschen mit besonderen Bedürfnissen



### Hr. Gil, Andrés

- ♦ Experte für Innovation und strategisches Management
- ♦ Geschäftsführer, Klinik Pilar Roig Odontología
- ♦ Mitgründer und CEO von MedicalDays
- ♦ Kurs in Dentalmanagement und klinischem Management, DentalDoctors Institut
- ♦ Kurs in Kostenrechnung, Handelskammer von Valencia
- ♦ Landwirtschaftsingenieur, UPV
- ♦ Masterstudiengang in Management und Leitung, Staatliche Universität Michigan
- ♦ Buchhaltungskurs, Zentrum für Finanzstudien
- ♦ Kurs über Führung und Teammanagement, César Piqueras

## Professoren

### Fr. Fortea Paricio, Anna

- ◆ Internationaler professioneller Coach, Expertin für Executive und Business Coaching
- ◆ Professioneller Neurocoach
- ◆ Präsidentin der Internationalen Neurocoaching-Vereinigung
- ◆ Direktorin von Coaching Connection.es (Digitales Magazin, spezialisiert auf Coaching)
- ◆ Gründungspartnerin bei Co & Co (Coaching & Consulting)
- ◆ Gründerin des European Leadership Center
- ◆ Gründerin des Zentrums für Menschliche Höchstleistungen Anna Fortea
- ◆ Mitgründerin von Esex
- ◆ Lehrbeauftragte an mehreren spanischen Universitäten, der UAC und der Humboldt-Universität
- ◆ Fachdozentin für die European Law Students' Association (ELSA), die Fortbildungen in Zusammenarbeit mit der UNESCO, UNICEF und den Vereinten Nationen durchführt
- ◆ Ehrenamtliche Tätigkeit bei der Stiftung Josep Carreras
- ◆ Freiwillige Helferin bei der Vereinigung zur Unterstützung des saharaischen Volkes
- ◆ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Valencia
- ◆ Hochschulabschluss in Psychologie an der UOC und in Neurowissenschaften an der UPenn
- ◆ International zertifizierter professioneller Coach durch das Institut für Menschliche Hochleistung (IESEC)
- ◆ Expertin für Kommunikation, Verhandlung, Führung und Selbstwertgefühl von PsicoActiva
- ◆ MBA an der CEREM Wirtschaftshochschule
- ◆ Mitglied der Expertengruppe der Europäischen Kommission und der Nationalen Vereinigung für Emotionale Intelligenz (ASNIE)





### Hr. Dolz, Juan Manuel

- ◆ Berater für die Digitalisierung von Unternehmen
- ◆ Direktor des technischen Teams der Irene Milián Group
- ◆ Umfassende Erfahrung in Start-ups
- ◆ Mitgründer und CTO, MedicalDays
- ◆ Mitgründer und COO, Drone Spain
- ◆ Mitgründer und COO, Hikaru VR Agency
- ◆ Mitbegründer von HalloValencia
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft, Management und Marketing, Universität von Valencia
- ◆ Freemover-Stipendium, Internationales Management, Kommunikation und Verkauf, Führungsqualitäten, Universität von Bern
- ◆ Universitätskurs in Betriebswirtschaftslehre, Universität von Valencia
- ◆ Professionelle Ausbildung in Digitalem Marketing, Internet Startup Camp, UPV

“

*Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen auf diesem Gebiet zu informieren, um sie in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden”*

# 05

# Struktur und Inhalt

Die Struktur der Inhalte wurde von einem Team von Fachleuten aus den besten zahnmedizinischen Zentren, Geschäftszentren, Unternehmen und Universitäten entworfen, die sich der Relevanz der aktuellen Spezialisierung bewusst sind, um erfolgreiche Unternehmen leiten zu können, und sich für ein qualitativ hochwertiges Studium durch neue Bildungstechnologien einsetzen.



“

*Dieser MBA in Management von Zahnkliniken enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt”*

## Modul 1. Säulen des Managements einer Zahnklinik

- 1.1. Einführung in das Management einer Zahnklinik
  - 1.1.1. Konzept des Managements
  - 1.1.2. Zweck der Managements
- 1.2. Die unternehmerische Vision der Zahnarztpraxis
  - 1.2.1. Definition des Unternehmens: Ansatz der Zahnklinik als Dienstleistungsunternehmen
  - 1.2.2. Elemente des Unternehmens, wie sie in Zahnkliniken angewendet werden
- 1.3. Die Figur des Managers
  - 1.3.1. Beschreibung der Führungsposition in Zahnkliniken
  - 1.3.2. Die Aufgaben des Managers
- 1.4. Formen der Unternehmensorganisation
  - 1.4.1. Der Eigentümer
  - 1.4.2. Die juristische Person als Inhaber einer Zahnklinik
- 1.5. Kenntnisse des klinisch-dentalen Sektors
- 1.6. Terminologie und Schlüsselkonzepte des Managements und der Unternehmensführung
- 1.7. Aktuelle erfolgreiche Modelle von Zahnkliniken

## Modul 2. Gestaltung einer Zahnklinik

- 2.1. Einführung und Ziele
- 2.2. Aktuelle Situation des klinisch-dentalen Sektors
  - 2.2.2. Internationale Ebene
- 2.3. Die Entwicklung des klinisch-dentalen Sektors und seine Trends
  - 2.3.2. Internationale Ebene
- 2.4. Wettbewerbsanalyse
  - 2.4.1. Preisanalyse
  - 2.4.2. Analyse der Differenzierung
- 2.5. SWOT-Analyse
- 2.6. Wie gestalten Sie das Canvas-Modell für Ihre Zahnarztpraxis?
  - 2.6.1. Kundensegment
  - 2.6.2. Bedürfnisse
  - 2.6.3. Lösungen
  - 2.6.4. Kanäle
  - 2.6.5. Nutzenversprechen
  - 2.6.6. Struktur der Einnahmen
  - 2.6.7. Kostenstruktur
  - 2.6.8. Wettbewerbsvorteile
  - 2.6.9. Schlüsselkennzahlen



- 2.7. Methode zur Validierung Ihres Geschäftsmodells: *Lean-Startup*-Zyklus
  - 2.7.1. Fall 1: Validierung Ihres Modells in der Erstellungsphase
  - 2.7.2. Fall 2: Anwendung der Methode, um Ihr aktuelles Modell zu erneuern
- 2.8. Die Bedeutung der Validierung und Verbesserung des Geschäftsmodells Ihrer Zahnarztpraxis
- 2.9. Wie definieren Sie das Wertversprechen Ihrer Zahnarztpraxis?
- 2.10. Auftrag, Vision und Werte
  - 2.10.1. Mission
  - 2.10.2. Vision
  - 2.10.3. Werte
- 2.11. Definition des Zielpatienten
- 2.12. Optimaler Standort meiner Klinik
  - 2.12.1. Anlagenlayout
- 2.13. Optimale Personalstärke
- 2.14. Die Bedeutung eines Rekrutierungsmodells im Einklang mit der festgelegten Strategie
- 2.15. Schlüssel zur Festlegung der Preispolitik
- 2.16. Externe Finanzierung vs. Interne Finanzierung
- 2.17. Analyse der Strategie eines erfolgreichen Falles in einer Zahnklinik

### Modul 3. Einführung in das Marketing

- 3.1. Die wichtigsten Grundlagen des Marketings
  - 3.1.1. Grundlegende Marketingvariablen
  - 3.1.2. Entwicklung des Marketingkonzepts
  - 3.1.3. Marketing als Tauschsystem
- 3.2. Neue Trends im Marketing
  - 3.2.1. Entwicklung und Zukunft des Marketings
- 3.3. Emotionale Intelligenz im Marketing
  - 3.3.1. Was ist emotionale Intelligenz?
  - 3.3.2. Wie können Sie emotionale Intelligenz in Ihrer Marketingstrategie einsetzen?
- 3.4. Soziales Marketing und soziale Verantwortung der Unternehmen
- 3.5. Internes Marketing
  - 3.5.1. Traditionelles Marketing (Marketing-Mix)
  - 3.5.2. Empfehlungsmarketing
  - 3.5.3. *Content Marketing*

- 3.6. Externes Marketing
  - 3.6.1. Operatives Marketing
  - 3.6.2. Strategisches Marketing
  - 3.6.3. *Inbound Marketing*
  - 3.6.4. E-Mail-Marketing
  - 3.6.5. *Influencer Marketing*
- 3.7. Internes Marketing vs. Externes Marketing
- 3.8. Techniken zur Patientenbindung
  - 3.8.1. Die Bedeutung der Patiententreue
  - 3.8.2. Digitale Tools für die Patientenbindung

### Modul 4. Marketing 2.0

- 4.1. Die Bedeutung von *Branding* für die Differenzierung
  - 4.1.1. Visuelle Identität
  - 4.1.2. Die Phasen der Markenbildung
  - 4.1.3. Markenbildung als Differenzierungsstrategie
  - 4.1.4. Jung's Archetypen, um Ihrer Marke Persönlichkeit zu verleihen
- 4.2. Die Website und der *Corporate Blog* der Zahnklinik
  - 4.2.1. Die Schlüssel zu einer effektiven und funktionalen Website
  - 4.2.2. Wahl des Tonfalls der Kommunikationskanäle
  - 4.2.3. Vorteile eines *Corporate Blogs*
- 4.3. Effektive Nutzung der sozialen Medien
  - 4.3.1. Die Bedeutung einer Strategie für soziale Medien
  - 4.3.2. Automatisierungstools für soziale Medien
- 4.4. Verwendung von *Instant Messaging*
  - 4.4.1. Die Bedeutung der direkten Kommunikation mit Ihren Patienten
  - 4.4.2. Kanal für personalisierte Werbeaktionen oder Massennachrichten
- 4.5. Die Bedeutung des transmedialen Geschichtenerzählens in der Kommunikation 2.0
- 4.6. Wie erstellt man Datenbanken durch Kommunikation?
- 4.7. Google Analytics zur Messung der Wirkung Ihrer 2.0-Kommunikation
- 4.8. Analyse der Situation
  - 4.8.1. Analyse der externen Situation
  - 4.8.2. Analyse der internen Situation
- 4.9. Festlegung der Ziele
  - 4.9.1. Wichtige Punkte bei der Zielsetzung

- 4.10. Wahl der Strategien
  - 4.10.1. Arten von Strategien
- 4.11. Aktionsplan
- 4.12. Budgets
  - 4.12.1. Zuweisung von Finanzmitteln
  - 4.12.2. Leistungsprognose
- 4.13. Methoden zur Kontrolle und Überwachung

## Modul 5. Der Wert des Humankapitals

- 5.1. Einführung in das Personalmanagement
- 5.2. Unternehmenskultur und Arbeitsklima
- 5.3. Das Team
  - 5.3.1. Das zahnärztliche Team
  - 5.3.2. Das Helfsteam
  - 5.3.3. Verwaltung und Management
- 5.4. Organigramm in unserer Zahnarztpraxis
  - 5.4.1. Organigramm der Klinik: Hierarchie
  - 5.4.2. Beschreibung der Abteilungen im Organigramm
  - 5.4.3. Stellenbeschreibungen für jede Abteilung
  - 5.4.4. Zuweisung von Aufgaben für jeden Posten
  - 5.4.5. Koordinierung der Abteilungen
- 5.5. Einführung in das Arbeits- und Personalmanagement
- 5.6. Strategien für die Einbindung von Humankapital
  - 5.6.1. Strategie der Personalauswahl
  - 5.6.2. Anwerbsstrategie
- 5.7. Vergütungspolitik
  - 5.7.1. Feste Vergütung
  - 5.7.2. Variable Vergütung
- 5.8. Strategie zur Bindung von Talenten
  - 5.8.1. Was bedeutet Talentbindung?
  - 5.8.2. Vorteile der Bindung von Talenten in einer Zahnklinik
  - 5.8.3. Wege zur Bindung von Talenten
- 5.9. Strategie zur Verwaltung der Abwesenheit
  - 5.9.1. Die Bedeutung der Abwesenheitsplanung
  - 5.9.2. Wege zur Verwaltung der Arbeitsausfälle in einer Zahnklinik
- 5.10. Das Arbeitsverhältnis
  - 5.10.1. Der Arbeitsvertrag
  - 5.10.2. Arbeitszeit

## Modul 6. Teammanagement

- 6.1. Was ist persönliche Führung?
- 6.2. Die Bedeutung der Anwendung der 33%-Regel
- 6.3. Vorteile der Einführung einer Führungskultur in der Zahnklinik
- 6.4. Welche Art von Führung ist für die Leitung Ihrer Zahnklinik am besten geeignet?
  - 6.4.1. Autokratische Führung
  - 6.4.2. Führen durch Zielsetzung
  - 6.4.3. Wertebasierte Führung
- 6.5. Persönliche Führungsqualitäten
  - 6.5.1. Strategisches Denken
  - 6.5.2. Die Bedeutung der Vision der Führungspersönlichkeit
  - 6.5.3. Wie kann ich eine gesunde selbstkritische Haltung entwickeln?
- 6.6. Zwischenmenschliche Führungsqualitäten
  - 6.6.1. Selbstbewusste Kommunikation
  - 6.6.2. Die Fähigkeit zu delegieren
  - 6.6.3. *Feedback* geben und empfangen
- 6.7. Emotionale Intelligenz in der Konfliktlösung
  - 6.7.1. Die grundlegenden Emotionen für die Aktion erkennen
  - 6.7.2. Die Bedeutung des aktiven Zuhörens
  - 6.7.3. Einfühlungsvermögen als persönliche Schlüsselqualifikation
  - 6.7.4. Wie Sie emotionales Hijacking erkennen
  - 6.7.5. Wie erreicht man „Win-Win“-Vereinbarungen?
- 6.8. Die Vorteile der Technik der Organisationsaufstellung
- 6.9. Motivierende Techniken zur Bindung von Talenten
  - 6.9.1. Die Anerkennung
  - 6.9.2. Zuweisung von Verantwortlichkeiten
  - 6.9.3. Betriebliche Gesundheitsförderung
  - 6.9.4. Anreize bieten
- 6.10. Die Bedeutung der Leistungsbeurteilung

## Modul 7. Qualitäts- und Zeitmanagement in der Zahnklinik

- 7.1. Qualität bei den angebotenen Behandlungen
  - 7.1.1. Definition von Qualität in der Zahnmedizin
  - 7.1.2. Standardisierung der Prozesse in der Zahnklinik
- 7.2. Grundsätze des Qualitätsmanagements
  - 7.2.1. Was ist ein Qualitätsmanagementsystem?
  - 7.2.2. Vorteile für die Organisation

- 7.3. Qualität der Aufgabenerfüllung
  - 7.3.1. Protokolle: Definition
  - 7.3.2. Protokolle: Ziele ihrer Umsetzung
  - 7.3.3. Protokolle: Vorteile ihrer Umsetzung
  - 7.3.4. Praktisches Beispiel: Protokoll des ersten Besuchs
- 7.4. Tools für die Überwachung und Überprüfung von Protokollen
- 7.5. Kontinuierliche Verbesserung in Zahnkliniken
  - 7.5.1. Was ist kontinuierliche Verbesserung?
  - 7.5.2. Phase 1: Beratung
  - 7.5.3. Phase 2: Lernen
  - 7.5.4. Phase 3: Nachfolge
- 7.6. Qualität in der Patientenzufriedenheit
  - 7.6.1. Zufriedenheitsumfragen
  - 7.6.2. Durchführung der Zufriedenheitsumfrage
  - 7.6.3. Berichte zur Verbesserung
- 7.7. Praktische Fälle von Qualität in der Zahnklinik
  - 7.7.1. Fallstudie 1: Protokoll für das Notfallmanagement
  - 7.7.2. Fallstudie 2: Vorbereitung einer Zufriedenheitsumfrage
- 7.8. Management von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz in einer Zahnklinik
  - 7.8.1. Die Bedeutung der Definition der Hauptaufgaben in der Zahnklinik
  - 7.8.2. Produktivitätsmethode „eine Aufgabe, ein Verantwortlicher“
  - 7.8.3. Digitale Aufgabenmanager
- 7.9. Standardisierung der Zeit bei zahnärztlichen Behandlungen
  - 7.9.1. Die Bedeutung der Erfassung von Zeitdaten
  - 7.9.2. Wie Sie die Zeitstandardisierung dokumentieren
- 7.10. Forschungsmethodik zur Optimierung von Qualitätsprozessen
- 7.11. Beschreibung des Qualitätsmanagementmodells für zahnärztliche Dienstleistungen
- 7.12. Die Gesundheitsprüfung: Phasen

## Modul 8. Einkauf und Lagerverwaltung

- 8.1. Die Bedeutung einer guten Einkaufsplanung
- 8.2. Verantwortlichkeiten der Einkaufsfunktion in einer Zahnklinik
- 8.3. Effiziente Lagerverwaltung
  - 8.3.1. Lagerhaltungskosten
  - 8.3.2. Sicherheitsinventar
  - 8.3.3. Register für Materialeingabe und -ausgabe

- 8.4. Etappen des Beschaffungsprozesses
  - 8.4.1. Nach Informationen suchen und Alternativen erwägen
  - 8.4.2. Bewertung und Entscheidungsfindung
  - 8.4.3. Nachbereitung und Überwachung
- 8.5. Wege zur Implementierung von Konten und Kontenverwaltung
  - 8.5.1. Die Art der Bestellung an unsere Bedürfnisse anpassen
  - 8.5.2. Risikomanagement
- 8.6. Beziehung zum Lieferanten
  - 8.6.1. Arten von Beziehungen
  - 8.6.2. Zahlungspolitik
- 8.7. Verhandlung im Einkauf
  - 8.7.1. Erforderliche Kenntnisse und Fähigkeiten
  - 8.7.2. Etappen des Verhandlungsprozesses
  - 8.7.3. Tipps für eine erfolgreiche Verhandlung
- 8.8. Qualität im Einkauf
  - 8.8.1. Vorteile für die Klinik als Ganzes
  - 8.8.2. Messparameter
- 8.9. Effizienz-Indikatoren
- 8.10. Neue Trends im Einkaufsmanagement

## Modul 9. Kosten und Finanzen für Zahnkliniken

- 9.1. Grundlegende Prinzipien der Wirtschaft
- 9.2. Die Bilanz
  - 9.2.1. Zusammensetzung der Bilanz
  - 9.2.2. Vermögenswerte
  - 9.2.3. Verbindlichkeiten
  - 9.2.4. Nettovermögen
  - 9.2.5. Interpretation von Bilanzen
- 9.3. Die Gewinn- und Verlustrechnung
  - 9.3.1. Zusammensetzung der Gewinn- und Verlustrechnung
  - 9.3.2. Interpretation der Gewinn- und Verlustrechnung
- 9.4. Einführung in die Kostenrechnung
- 9.5. Vorteile der Anwendung

- 9.6. Fixkosten in der Zahnklinik
  - 9.6.1. Definition der Fixkosten
  - 9.6.2. Fixkosten einer typischen Zahnklinik
  - 9.6.3. Kosten/Stunde des Praktikers
- 9.7. Variable Kosten in der Zahnklinik
  - 9.7.1. Definition der variablen Kosten
  - 9.7.2. Variable Kosten einer typischen Zahnklinik
- 9.8. Kosten/Stunde in einer Zahnklinik
- 9.9. Behandlungskosten
- 9.10. Nutzen der Behandlung
- 9.11. Strategie zur Preisgestaltung
- 9.12. Einführung
- 9.13. Rechnungen und andere Zahlungsdokumente
  - 9.13.1. Die Rechnung: Bedeutung und Mindestinhalt
  - 9.13.2. Andere Zahlungsdokumente
- 9.14. Inkasso und Zahlungsmanagement
  - 9.14.1. Administrative Organisation
  - 9.14.2. Die Verwaltung von Einnahmen und Zahlungen
  - 9.14.3. Das Budget der Kasse
  - 9.14.4. ABC-Patientenanalyse
  - 9.14.5. Uneinbringliche Forderungen
- 9.15. Modalitäten der externen Finanzierung
  - 9.15.1. Bankfinanzierung
  - 9.15.2. *Leasing* (Finanzierungsleasing)
  - 9.15.3. *Unterschiede zwischen Leasing und Renting*
  - 9.15.4. *Abzug von bargeldlosen Zahlungsmitteln*
- 9.16. Liquiditätsanalyse für Ihre Klinik
- 9.17. Analyse der Rentabilität Ihrer Klinik
- 9.18. Analyse der Verschuldung

## Modul 10. Zahnärztliche Ethik

- 10.1. Grundlegende Konzepte
  - 10.1.1. Definition und Ziele
  - 10.1.2. Umfang der Anwendung
  - 10.1.3. Klinischer Akt
  - 10.1.4. Der Zahnarzt

- 10.2. Allgemeine Grundsätze
  - 10.2.1. Grundsatz der Gleichheit der Patienten
  - 10.2.2. Vorrang der Interessen des Patienten
  - 10.2.3. Berufliche Pflichten des Zahnarztes
- 10.3. Pflege von Patienten
  - 10.3.1. Der Umgang mit dem Patienten
  - 10.3.2. Der minderjährige Patient
  - 10.3.3. Freiheit bei der Wahl des Arztes
  - 10.3.4. Freiheit der Annahme und Ablehnung von Patienten
- 10.4. Die Krankenakte
- 10.6. Berufsgeheimnis
  - 10.6.1. Konzept und Inhalt
  - 10.6.2. Ausmaß der Verpflichtung
  - 10.6.3. Ausnahmen vom Berufsgeheimnis
  - 10.6.4. Computer-Dateien
- 10.7. Werbung
  - 10.7.1. Grundvoraussetzungen für professionelle Werbung
  - 10.7.2. Erwähnung von Titeln
  - 10.7.3. Professionelle Werbung
  - 10.7.4. Aktionen mit möglicher Öffentlichkeitswirkung

## Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 11.1. Globalisierung und Governance
  - 11.1.1. Governance und Corporate Governance
  - 11.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
  - 11.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance
- 11.2. Führung
  - 11.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
  - 11.2.2. Führung in Unternehmen
  - 11.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management
- 11.3. *Cross Cultural Management*
  - 11.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
  - 11.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
  - 11.3.3. Diversitätsmanagement

- 11.4. Managemententwicklung und Führung
  - 11.4.1. Konzept der Managemententwicklung
  - 11.4.2. Konzept der Führung
  - 11.4.3. Theorien der Führung
  - 11.4.4. Führungsstile
  - 11.4.5. Intelligenz in der Führung
  - 11.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute
- 11.5. Wirtschaftsethik
  - 11.5.1. Ethik und Moral
  - 11.5.2. Wirtschaftsethik
  - 11.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen
- 11.6. Nachhaltigkeit
  - 11.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
  - 11.6.2. Agenda 2030
  - 11.6.3. Nachhaltige Unternehmen
- 11.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens
  - 11.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
  - 11.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
  - 11.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.8. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools
  - 11.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
  - 11.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
  - 11.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
  - 11.8.4. CSR-Instrumente und -Standards
- 11.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte
  - 11.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
  - 11.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
  - 11.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung
- 11.10. Rechtliches Umfeld und *Corporate Governance*
  - 11.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
  - 11.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
  - 11.10.3. Internationales Arbeitsrecht

**Modul 12. Personal- und Talentmanagement**

- 12.1. Strategisches Management von Menschen
  - 12.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
  - 12.1.2. Strategisches Management von Menschen
- 12.2. Kompetenzbasiertes HR-Management
  - 12.2.1. Analyse des Potenzials
  - 12.2.2. Vergütungspolitik
  - 12.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne
- 12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement
  - 12.3.1. Leistungsmanagement
  - 12.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse
- 12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement
  - 12.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
  - 12.4.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
  - 12.4.3. Loyalität und Bindung
  - 12.4.4. Proaktivität und Innovation
- 12.5. Motivation
  - 12.5.1. Die Natur der Motivation
  - 12.5.2. Erwartungstheorie
  - 12.5.3. Theorien der Bedürfnisse
  - 12.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich
- 12.6. Entwicklung von Hochleistungsteams
  - 12.6.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
  - 12.6.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams
- 12.7. Änderungsmanagement
  - 12.7.1. Änderungsmanagement
  - 12.7.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
  - 12.7.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement
- 12.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
  - 12.8.1. Verhandlung
  - 12.8.2. Management von Konflikten
  - 12.8.3. Krisenmanagement
- 12.9. Kommunikation der Führungskräfte
  - 12.9.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
  - 12.9.2. Abteilungen für Kommunikation
  - 12.9.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom
- 12.10. Produktivität, Attraktivität, Bindung und Aktivierung von Talenten
  - 12.10.1. Produktivität
  - 12.10.2. Anziehung und Bindung von Talenten

## Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- 13.1. Wirtschaftliches Umfeld
  - 13.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
  - 13.1.2. Finanzinstitutionen
  - 13.1.3. Finanzmärkte
  - 13.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
  - 13.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors
- 13.2. Buchhaltung
  - 13.2.1. Grundlegende Konzepte
  - 13.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
  - 13.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
  - 13.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
  - 13.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung
- 13.3. Informationssysteme und *Business Intelligence*
  - 13.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
  - 13.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
  - 13.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung
- 13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
  - 13.4.1. Das Haushaltsmodell
  - 13.4.2. Das Kapitalbudget
  - 13.4.3. Das Betriebsbudget
  - 13.4.5. Cash-Budget
  - 13.4.6. Haushaltsüberwachung
- 13.5. Finanzmanagement
  - 13.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
  - 13.5.2. Die Finanzabteilung
  - 13.5.3. Bargeldüberschüsse
  - 13.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken
  - 13.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung
- 13.6. Finanzielle Planung
  - 13.6.1. Definition der Finanzplanung
  - 13.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung
  - 13.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie
  - 13.6.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
  - 13.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

- 13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie
  - 13.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
  - 13.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung
- 13.8. Strategische Finanzierungen
  - 13.8.1. Selbstfinanzierung
  - 13.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
  - 13.8.3. Hybride Ressourcen
  - 13.8.4. Finanzierung durch Intermediäre
- 13.9. Finanzanalyse und -planung
  - 13.9.1. Analyse der Bilanz
  - 13.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
  - 13.9.3. Analyse der Rentabilität
- 13.10. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
  - 13.10.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

## Modul 14. Geschäftsleitung

- 14.1. General Management
  - 14.1.1. Konzept des General Management
  - 14.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
  - 14.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
  - 14.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion
- 14.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
  - 14.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze
- 14.3. Operations Management
  - 14.3.1. Bedeutung des Managements
  - 14.3.2. Die Wertschöpfungskette
  - 14.3.3. Qualitätsmanagement
- 14.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern
  - 14.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 14.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
  - 14.4.3. Kommunikationsbarrieren
- 14.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel
  - 14.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
  - 14.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
  - 14.5.3. Kommunikation in der Organisation
  - 14.5.4. Werkzeuge in der Organisation

- 14.6. Krisenkommunikation
  - 14.6.1. Krise
  - 14.6.2. Phasen der Krise
  - 14.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente
- 14.7. Einen Krisenplan vorbereiten
  - 14.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
  - 14.7.2. Planung
  - 14.7.3. Angemessenheit des Personals
- 14.8. Persönliches *Branding*
  - 14.8.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
  - 14.8.2. Regeln des Personal Branding
  - 14.8.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke
- 14.9. Führungsrolle und Teammanagement
  - 14.9.1. Leadership und Führungsstile
  - 14.9.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen
  - 14.9.3. Management von Veränderungsprozessen
  - 14.9.4. Leitung multikultureller Teams



*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Spezialisierungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert“*

06

# Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





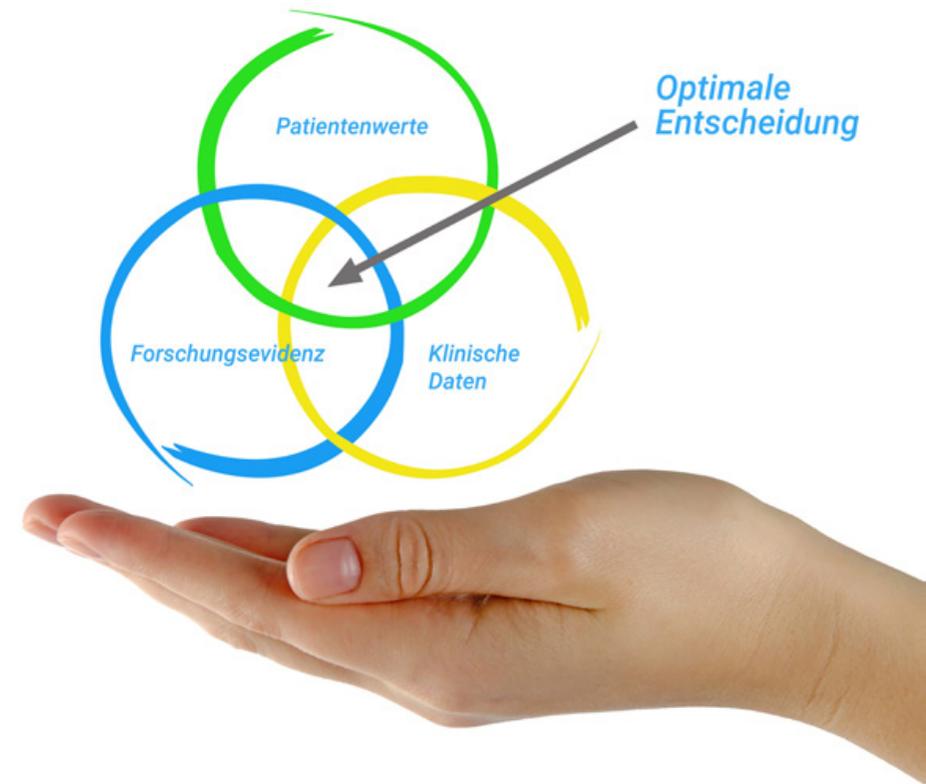
“

*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

## Bei TECH verwenden wir die Fallmethode

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten klinischen Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten klinischen Fällen konfrontiert, die auf realen Patienten basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode. Fachkräfte lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

*Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt.*



Nach Dr. Gérvas ist der klinische Fall die kommentierte Darstellung eines Patienten oder einer Gruppe von Patienten, die zu einem "Fall" wird, einem Beispiel oder Modell, das eine besondere klinische Komponente veranschaulicht, sei es wegen seiner Lehrkraft oder wegen seiner Einzigartigkeit oder Seltenheit. Es ist wichtig, dass der Fall auf dem aktuellen Berufsleben basiert und versucht, die tatsächlichen Bedingungen in der beruflichen Praxis des Zahnarztes nachzustellen.

“

*Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert“*

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Zahnärzte, die diese Methode anwenden, lernen nicht nur, sich Konzepte anzueignen, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



## Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.



*Der Zahnarzt lernt durch reale Fälle und die Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.*

Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methode wurden mehr als 115.000 Zahnärzte mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachbereichen fortgebildet, unabhängig von der chirurgischen Belastung. Unsere Lehrmethodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft, die ein hohes sozioökonomisches Profil und ein Durchschnittsalter von 43,5 Jahren aufweist.

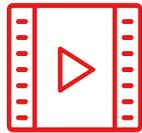
*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch.

Die Gesamtnote des TECH-Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



#### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



#### Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt dem Studenten die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die modernsten zahnmedizinischen Verfahren näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Präzision, erklärt und detailliert, um zur Assimilation und zum Verständnis des Studenten beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie es sich so oft anschauen können, wie Sie möchten.



#### Interaktive Zusammenfassungen

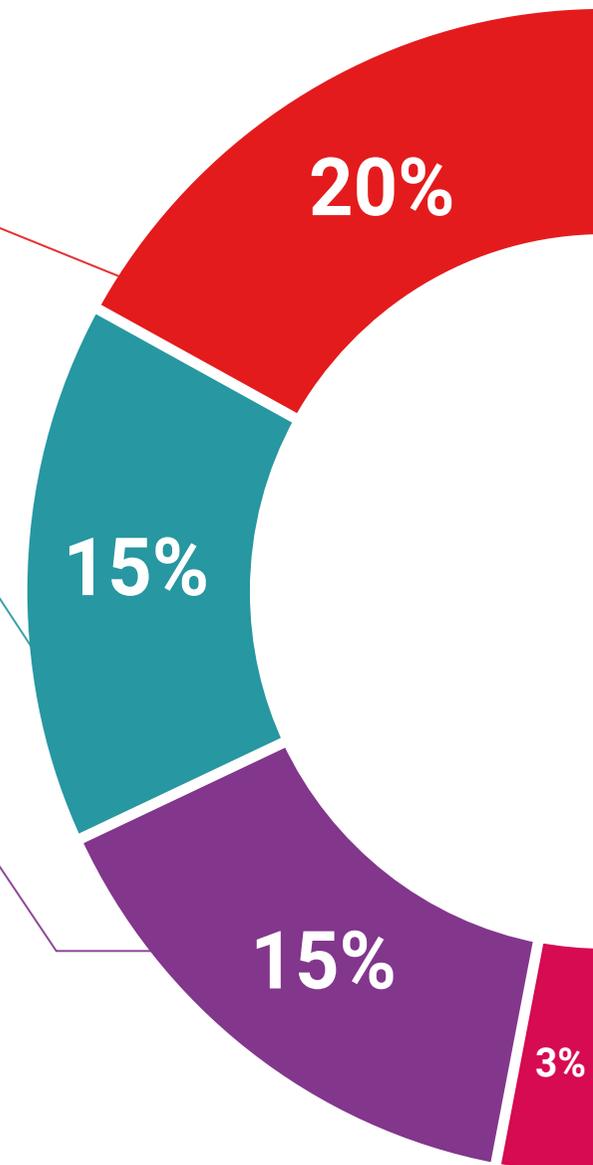
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

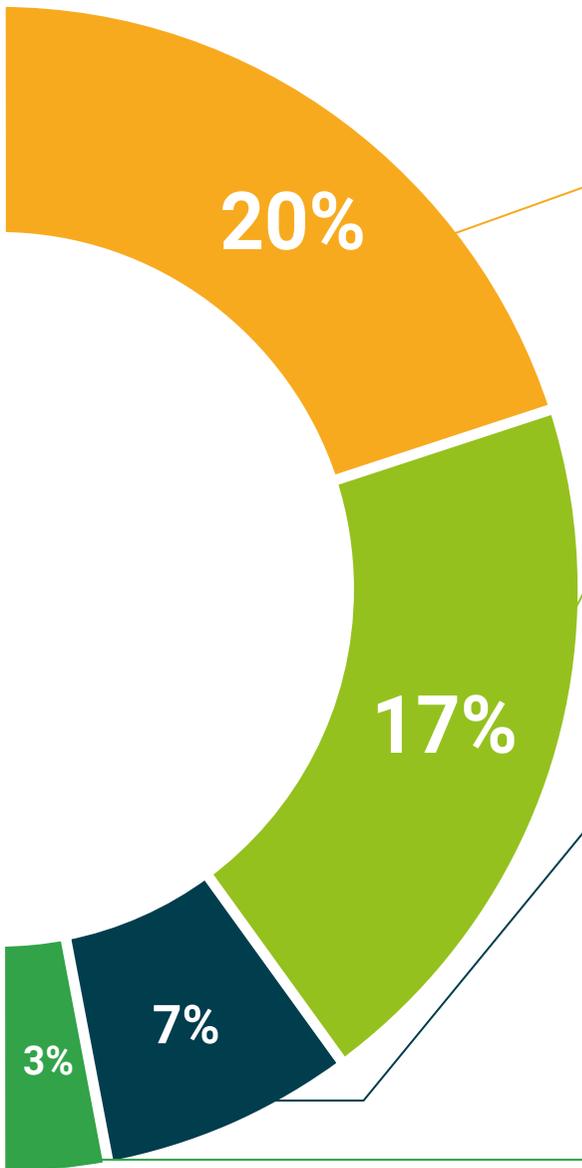
Dieses exklusive Schulungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



#### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





#### Von Experten entwickelte und geleitete Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Aus diesem Grund stellt TECH die Entwicklung von realen Fällen vor, in denen der Experte den Studenten durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung verschiedener Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um den höchsten Grad an Verständnis zu erreichen.



#### Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



#### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



#### Kurzanleitungen zum Vorgehen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



07

# Qualifizierung

Der MBA in Management von Zahnkliniken garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab  
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss  
ohne lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieser **MBA in Management von Zahnkliniken** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

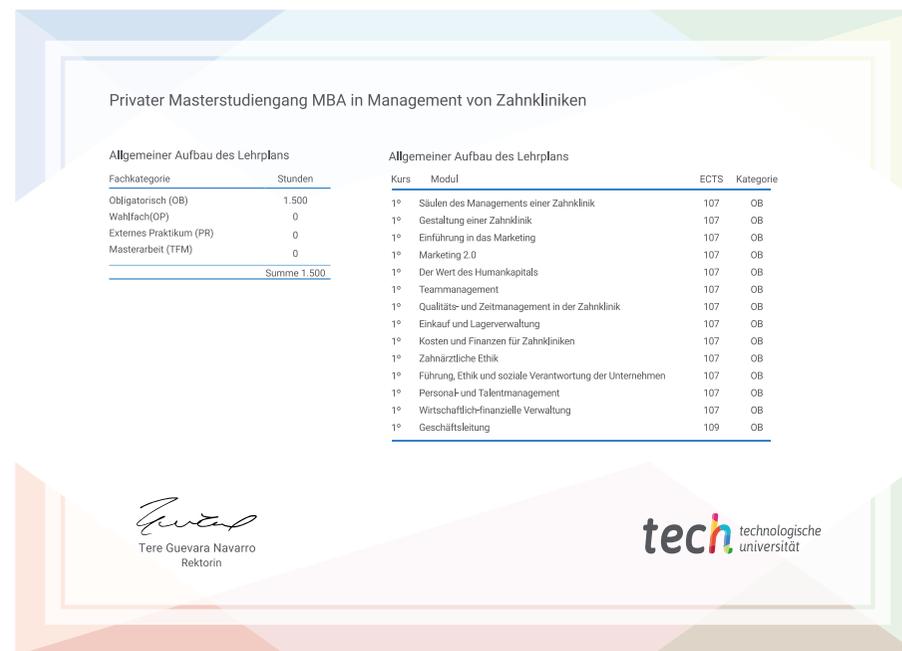
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Privater Masterstudiengang MBA in Management von Zahnkliniken**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen  
erziehung information tutoren  
garantie akkreditierung unterricht  
institutionen technologie lernen  
gemeinschaft verpflichtung  
persönliche betreuung innovationen  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

Privater Masterstudiengang  
MBA in Management  
von Zahnkliniken

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Privater Masterstudiengang

MBA in Management  
von Zahnkliniken

