

Universitätsexperte

Design und Marketing von Zahnkliniken





tech technologische
universität

Universitätsexperte Design und Marketing von Zahnkliniken

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/zahnmedizin/spezialisierung/spezialisierung-design-marketing-zahnkliniken

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

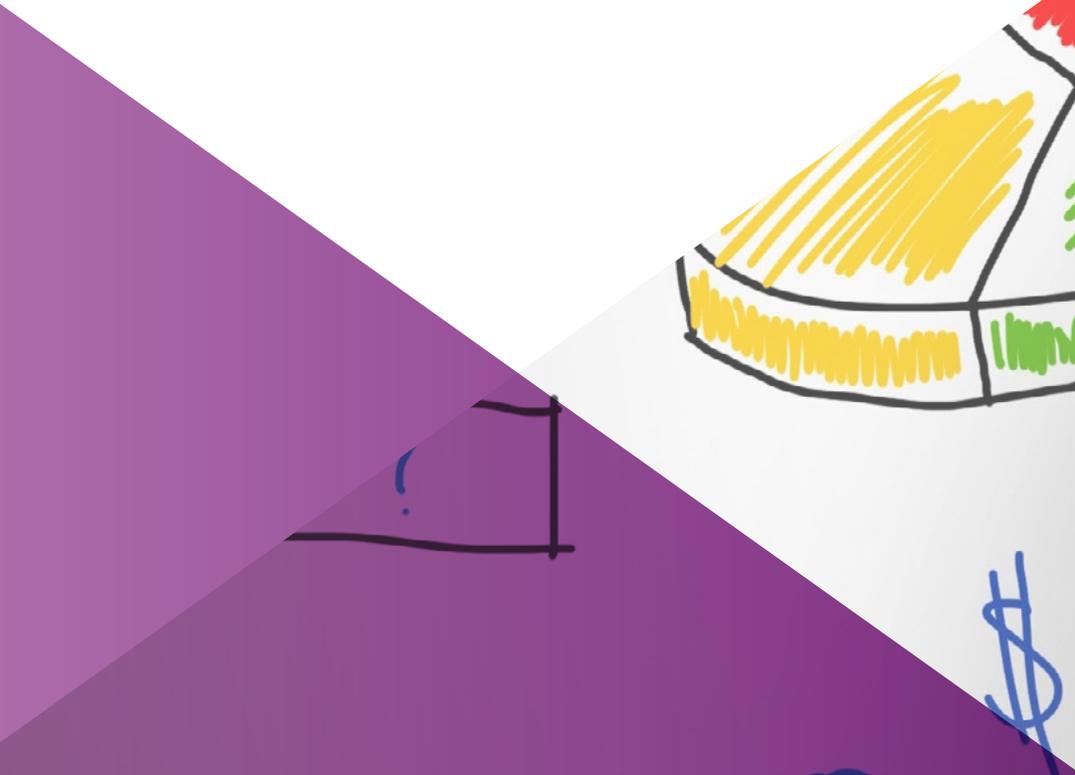
Präsentation

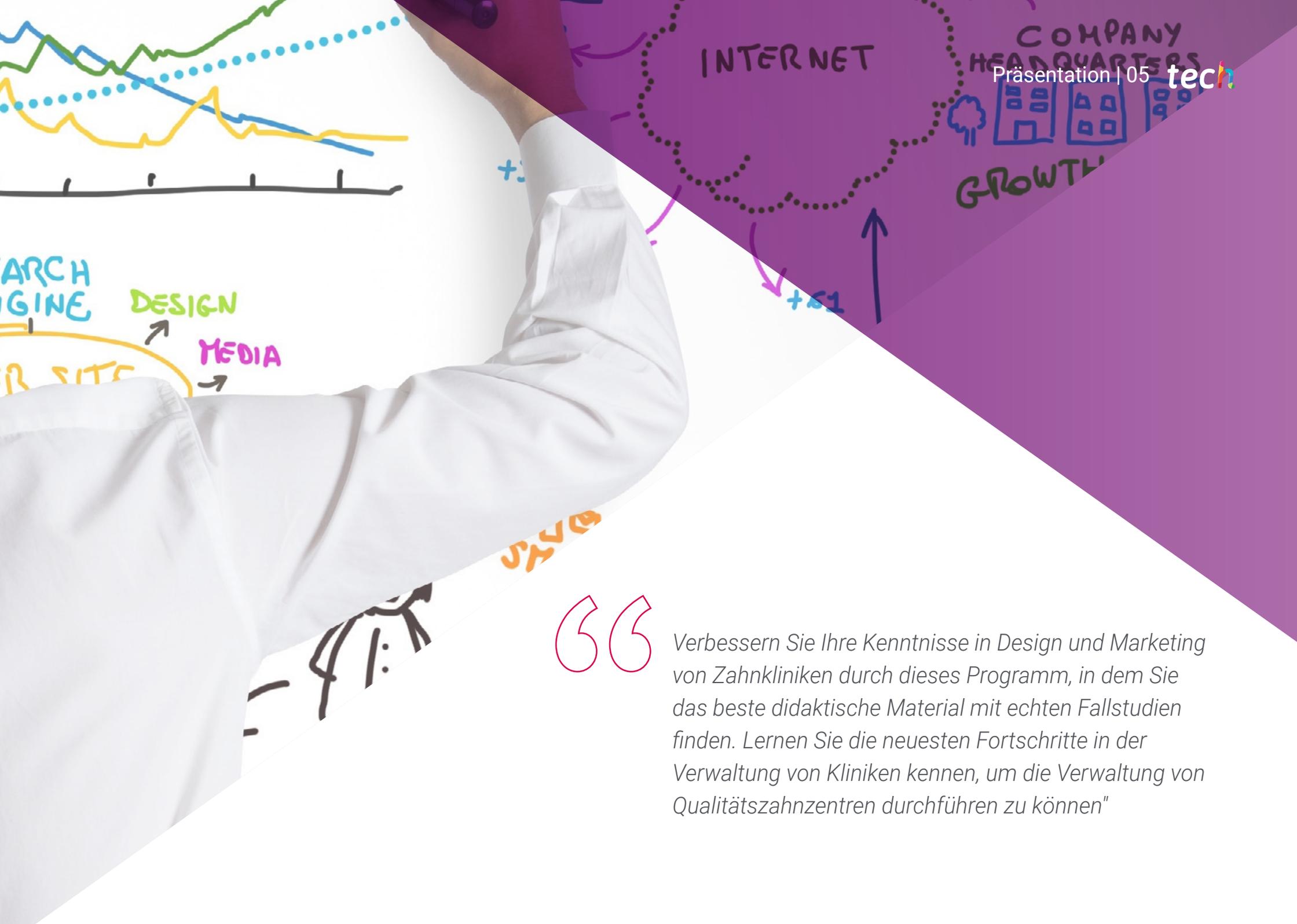
Die wachsende Zahl von Hochschulabsolventen in der Zahnmedizin und die steigende Zahl von Zahnkliniken, die in den letzten Jahren entstanden sind, haben den klinisch-zahnmedizinischen Sektor zu einem der wettbewerbsintensivsten Märkte gemacht, die es heute gibt. Aus diesem Grund ist es für die Zahnärzte 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.



35% ←

\$





“

Verbessern Sie Ihre Kenntnisse in Design und Marketing 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 und die Leitung 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 sie 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.

Dieser **Universitätsexperte in Design und Marketing von Zahnkliniken** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung von Fallstudien, die von Experten aus den verschiedenen Fachgebieten im Zusammenhang mit der Verwaltung und Leitung von Zahnkliniken vorgestellt werden
- ♦ Die anschaulichen, schematischen und äußerst praktischen Inhalte, mit denen sie konzipiert sind, liefern wissenschaftliche und strenge Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Neuigkeiten zu Design und Marketing von Zahnkliniken
- ♦ Interaktives Lernsystem, das auf Algorithmen basiert, um Entscheidungen über die gestellten Problemfälle zu treffen
- ♦ 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"

“

Dieser Universitätsexperte ist aus zwei Gründen die beste Investition, die Sie bei der Auswahl eines Auffrischungsprogramms tätigen können: Sie aktualisieren nicht nur Ihr Wissen über Design und Marketing von Zahnkliniken, sondern erhalten auch eine Qualifikation der TECH Technologischen Universität"

Das Dozententeam besteht aus Fachleuten aus dem Bereich Management und Leitung von Zahnkliniken, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung 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 es den Fachleuten ermöglicht, in einer situierten und kontextbezogenen Weise zu lernen, d. h. in einer simulierten Umgebung, die ein immersives Studium ermöglicht, das auf die Ausführung in realen Situationen programmiert ist.

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

Der Universitätsexperte ermöglicht es Ihnen, in simulierten Umgebungen zu trainieren, die ein immersives Lernen ermöglichen, das auf reale Situationen ausgerichtet ist.

Wir bieten Ihnen die Chance, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr Potenzial in zahnmedizinischen Zentren und Kliniken voll zu entfalten.



02 Ziele

Das Programm in Design und Marketing 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 Verwalter einer Zahnklinik erfolgreich zu sein"



Allgemeine Ziele

- ♦ Nutzen der theoretischen, methodischen und analytischen Werkzeuge, um das eigene klinisch-zahnärztliche Geschäft optimal zu verwalten und zu leiten und sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld effektiv zu differenzieren
- ♦ Integrieren von Strategie- und Visionskenntnissen, 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 kontinuierliche und spezifische Weiterbildung im Bereich Management und Unternehmensführung



Nutzen Sie die Gelegenheit und machen Sie den ersten Schritt, um sich über die neuesten Entwicklungen im Bereich Design und Marketing von Zahnkliniken zu informieren"





Spezifische Ziele

Modul 1. Die Gestaltung Ihrer Zahnklinik

- ♦ Lernen, das Wertversprechen der Zahnarztpraxis zu identifizieren und effektiv zu beschreiben, 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 klinisch-dentalen Sektor

Modul 2. Einführung in das Marketing

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

Modul 3. 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 leicht zu interpretierender Kennzahlen gemessen werden kann

03

Kursleitung

Das Dozententeam dieses Programms besteht aus anerkannten Fachkräften des Gesundheitswesens, die dem Bereich des Designs und Marketings von Zahnkliniken angehören und die Erfahrung ihrer Arbeit in diese Fortbildung einbringen.

Darüber hinaus sind renommierte Spezialisten, die Mitglieder angesehen nationaler und internationaler wissenschaftlicher Gesellschaften sind, an der Gestaltung und Entwicklung beteiligt.





“

*Lernen Sie von führenden Fachleuten
die neuesten Fortschritte im Design und
Marketing von Zahnkliniken kennen"*

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.



Dr. 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 können Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen.“

Leitung



Hr. Gil, Andrés

- ♦ Geschäftsführer, Klinik Pilar Roig Odontología
- ♦ Mitbegründer und CEO von MedicalDays
- ♦ Masterstudiengang in Unternehmensführung (Michigan State University)
- ♦ Diplom in Zahnmedizinischem Management und Klinischer Verwaltung (*Dental Doctors Institute*)
- ♦ Diplom in Kostenrechnung (Handelskammer von Valencia)
- ♦ Buchhaltungskurs, Centro de Estudios Financieros
- ♦ Kurs über Führung und Teammanagement, César Piqueras
- ♦ Agraringenieur, Polytechnische Universität von Valencia



Hr. Guillot, Jaime

- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management, Polytechnische Universität von Valencia
- ♦ Spezialisierung auf die Industrie
- ♦ Mitbegründer und Strategie-Direktor von Hikaru VR Agency
- ♦ Mitbegründung und Geschäftsführer von Drone Spain
- ♦ Gründung der *Internet & Mobile Business School*
- ♦ Gründung 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)
- ♦ Ausbilder in Programmen für Führung und emotionales Management in Unternehmen

Professoren

Hr. Dolz, Juan Manuel

- ◆ Universitätskurs in Betriebswirtschaftslehre, Universität von Valencia
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre und Management, Universität von Valencia
- ◆ Professionelle Weiterbildung in Digitalem Marketing (*Internet Startup Camp* - UPV)
- ◆ Berater für die Digitalisierung von Unternehmen
- ◆ Umfassende Erfahrung in Start-ups
- ◆ Mitbegründer und CTO MedicalDays
- ◆ Mitbegründer und COO Drone Spain
- ◆ Mitbegründer und COO Hikaru VR Agency

Fr. Fortea Paricio, Anna

- ◆ Hochschulabschluss in Jura, Universität von Valencia
- ◆ Professioneller Neurocoach
- ◆ Gründerin des European Leadership Center in Miami, USA
- ◆ Gründerin des Zentrums für Menschliche Höchstleistungen Anna Fortea in Valencia, Spanien
- ◆ Mitbegründerin von Esex
- ◆ Präsidentin der INA (International Neurocoaching Association)
- ◆ Psychologie an der UOC und Neurowissenschaften an der UPenn, Universität von Pennsylvania, USA
- ◆ Zertifizierte CAC-Coach des Zentrums für Menschliche Höchstleistungen IESEC

04

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 Fortbildung bewusst sind, um erfolgreiche Unternehmen leiten zu können, und sich für ein qualitativ hochwertiges Studium durch neue Bildungstechnologien einsetzen.



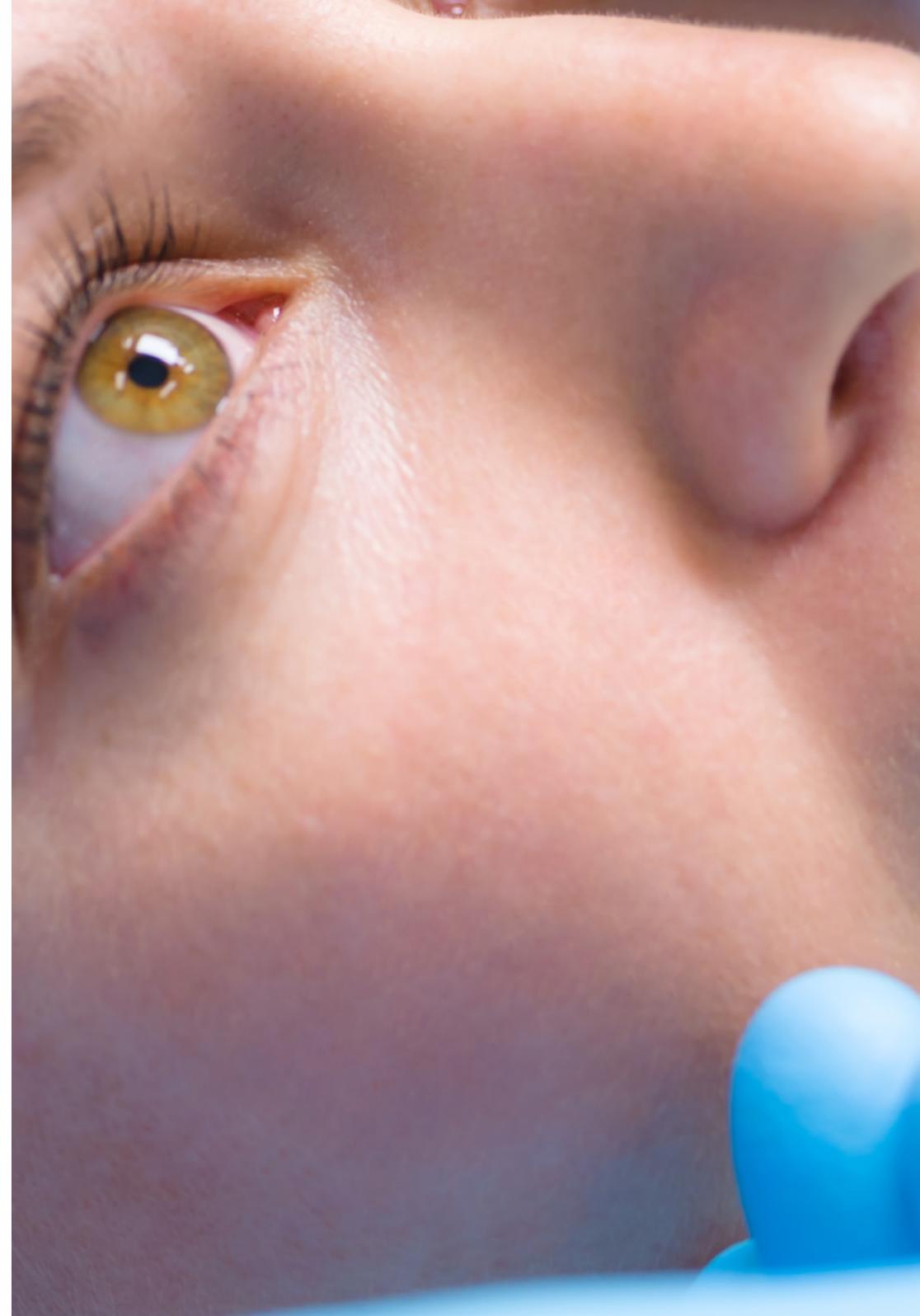


“

Dieser Universitätsexperte in Design und Marketing von Zahnkliniken enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt”

Modul 1. Das Design der Zahnklinik

- 1.1. Einführung und Ziele
- 1.2. Aktuelle Situation des klinisch-dentalen Sektors
 - 1.2.2. Internationale Ebene
- 1.3. Die Entwicklung des klinisch-dentalen Sektors und seine Trends
 - 1.3.2. Internationale Ebene
- 1.4. Wettbewerbsanalyse
 - 1.4.1. Preisanalyse
 - 1.4.2. Analyse der Differenzierung
- 1.5. SWOT-Analyse
- 1.6. Wie gestalten Sie das Canvas-Modell für Ihre Zahnklinik?
 - 1.6.1. Kundensegment
 - 1.6.2. Bedürfnisse
 - 1.6.3. Lösungen
 - 1.6.4. Kanäle
 - 1.6.5. Nutzenversprechen
 - 1.6.6. Struktur der Einnahmen
 - 1.6.7. Kostenstruktur
 - 1.6.8. Wettbewerbsvorteile
 - 1.6.9. Wichtige Metriken
- 1.7. Methode zur Validierung Ihres Geschäftsmodells: *Lean Startup*-Zyklus
 - 1.7.1. Fall 1: Validierung Ihres Modells in der Erstellungsphase
 - 1.7.2. Fall 2: Anwendung der Methode, um Ihr aktuelles Modell zu erneuern
- 1.8. Die Bedeutung der Validierung und Verbesserung des Geschäftsmodells Ihrer Zahnarztpraxis
- 1.9. Wie definieren Sie das Wertversprechen Ihrer eigenen Zahnklinik?
- 1.10. Auftrag, Vision und Werte
 - 1.10.1. Mission
 - 1.10.2. Vision
 - 1.10.3. Werte
- 1.11. Definition des Zielpatienten
- 1.12. Optimaler Standort meiner eigenen Klinik
 - 1.12.1. Anlagenlayout



- 1.13. Optimale Personalstärke
- 1.14. Die Bedeutung eines Rekrutierungsmodells im Einklang mit der festgelegten Strategie
- 1.15. Schlüssel zur Festlegung der Preispolitik
- 1.16. Externe Finanzierung vs. Interne Finanzierung
- 1.17. Analyse der Strategie eines erfolgreichen Falles in einer Zahnklinik

Modul 2. Einführung in das Marketing

- 2.1. Die wichtigsten Grundlagen des Marketings
 - 2.1.1. Grundlegende Marketingvariablen
 - 2.1.2. Entwicklung des Marketingkonzepts
 - 2.1.3. Marketing als Tauschsystem
- 2.2. Neue Trends im Marketing
 - 2.2.1. Entwicklung und Zukunft des Marketings
- 2.3. Emotionale Intelligenz im Marketing
 - 2.3.1. Was ist emotionale Intelligenz?
 - 2.3.2. Wie können Sie emotionale Intelligenz in Ihrer Marketingstrategie einsetzen?
- 2.4. Soziales Marketing und soziale Verantwortung der Unternehmen
- 2.5. Internes Marketing
 - 2.5.1. Traditionelles Marketing (Marketing-Mix)
 - 2.5.2. Empfehlungsmarketing
 - 2.5.3. Content Marketing
- 2.6. Externes Marketing
 - 2.6.1. Operatives Marketing
 - 2.6.2. Strategisches Marketing
 - 2.6.3. *Inbound* Marketing
 - 2.6.4. E-Mail-Marketing
 - 2.6.5. Influencer Marketing
- 2.7. Internes Marketing vs. Externes Marketing
- 2.8. Techniken zur Patientenbindung
 - 2.8.1. Die Bedeutung der Patiententreue
 - 2.8.2. Digitale Tools für die Patientenbindung

Modul 3. Marketing 2.0

- 3.1. Die Bedeutung von Branding für die Differenzierung
 - 3.1.1. Visuelle Identität
 - 3.1.2. Die Phasen des *Branding*
 - 3.1.3. *Branding* als Differenzierungsstrategie
 - 3.1.4. Jung's Archetypen, um Ihrer Marke Persönlichkeit zu verleihen
- 3.2. Die Website und der Corporate Blog der Zahnklinik
 - 3.2.1. Die Schlüssel zu einer effektiven und funktionalen Website
 - 3.2.2. Wahl des Tonfalls der Kommunikationskanäle
 - 3.2.3. Vorteile eines Corporate Blogs
- 3.3. Effektive Nutzung der sozialen Medien
 - 3.3.1. Die Bedeutung einer Strategie für soziale Medien
 - 3.3.2. Automatisierungstools für soziale Medien
- 3.4. Verwendung von Instant Messaging
 - 3.4.1. Die Bedeutung der direkten Kommunikation mit den Patienten
 - 3.4.2. Kanal für personalisierte Werbeaktionen oder Massennachrichten
- 3.5. Die Bedeutung des transmedialen Geschichtenerzählens in der Kommunikation 2.0
- 3.6. Wie erstellt man Datenbanken durch Kommunikation?
- 3.7. Google Analytics zur Messung der Wirkung Ihrer 2.0-Kommunikation
- 3.8. Analyse der Situation
 - 3.8.1. Analyse der externen Situation
 - 3.8.2. Analyse der internen Situation
- 3.9. Festlegung der Ziele
 - 3.9.1. Wichtige Punkte bei der Zielsetzung
- 3.10. Wahl der Strategien
 - 3.10.1. Arten von Strategien
- 3.11. Aktionsplan
- 3.12. Budgets
 - 3.12.1. Zuweisung von Finanzmitteln
 - 3.12.2. Leistungsprognose
- 3.13. Methoden zur Kontrolle und Überwachung





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

05 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.





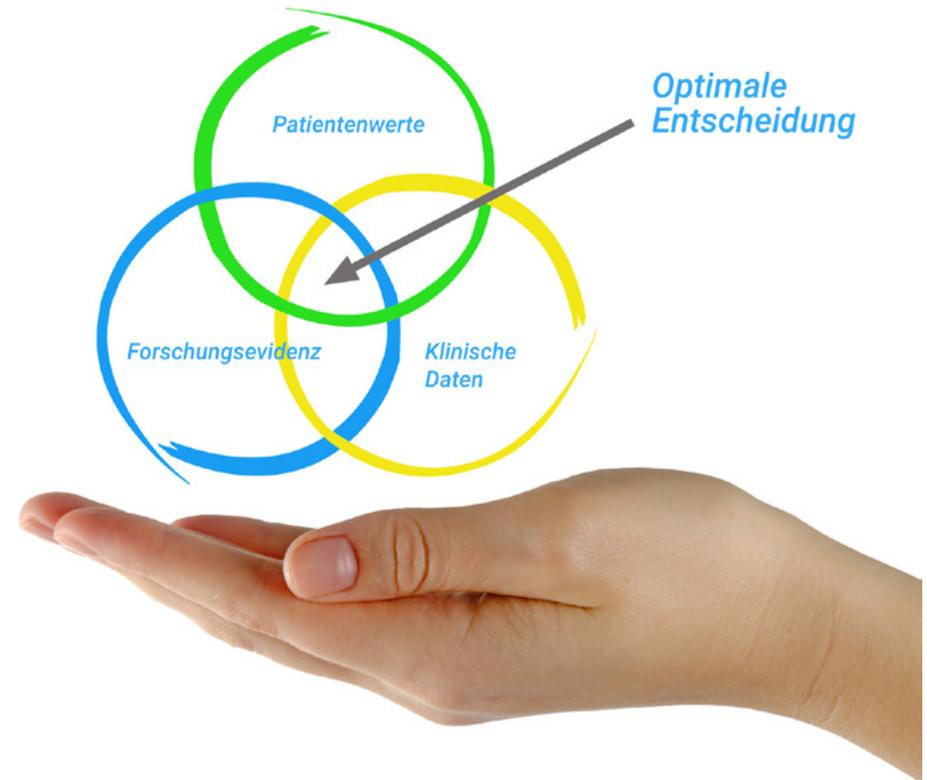
“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt 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 ein Fachmann 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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt.



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 nachzubilden.

“

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 eingeführt”

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 Studierenden 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 Methodik

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 Fachgebieten ausgebildet, 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 Ihr Fachgebiet 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 TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt den Studierenden die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die modernsten zahnmedizinische Verfahren näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Strenge, erklärt und detailliert, um zur Assimilierung und zum Verständnis des Studierenden beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie ihn so oft anschauen können, wie Sie wollen.



Interaktive Zusammenfassungen

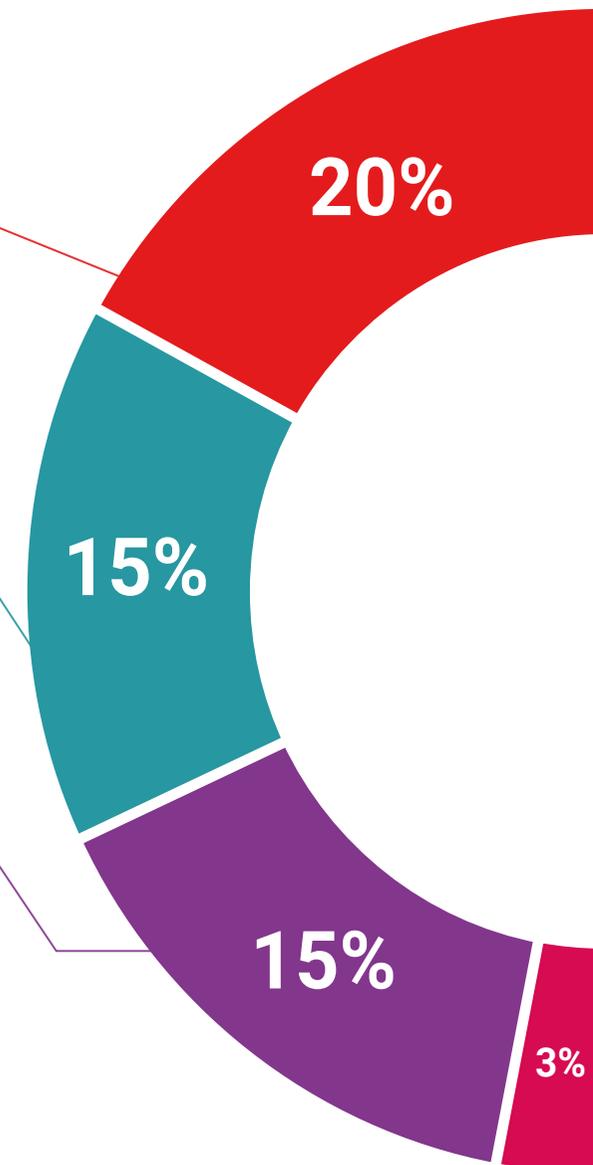
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

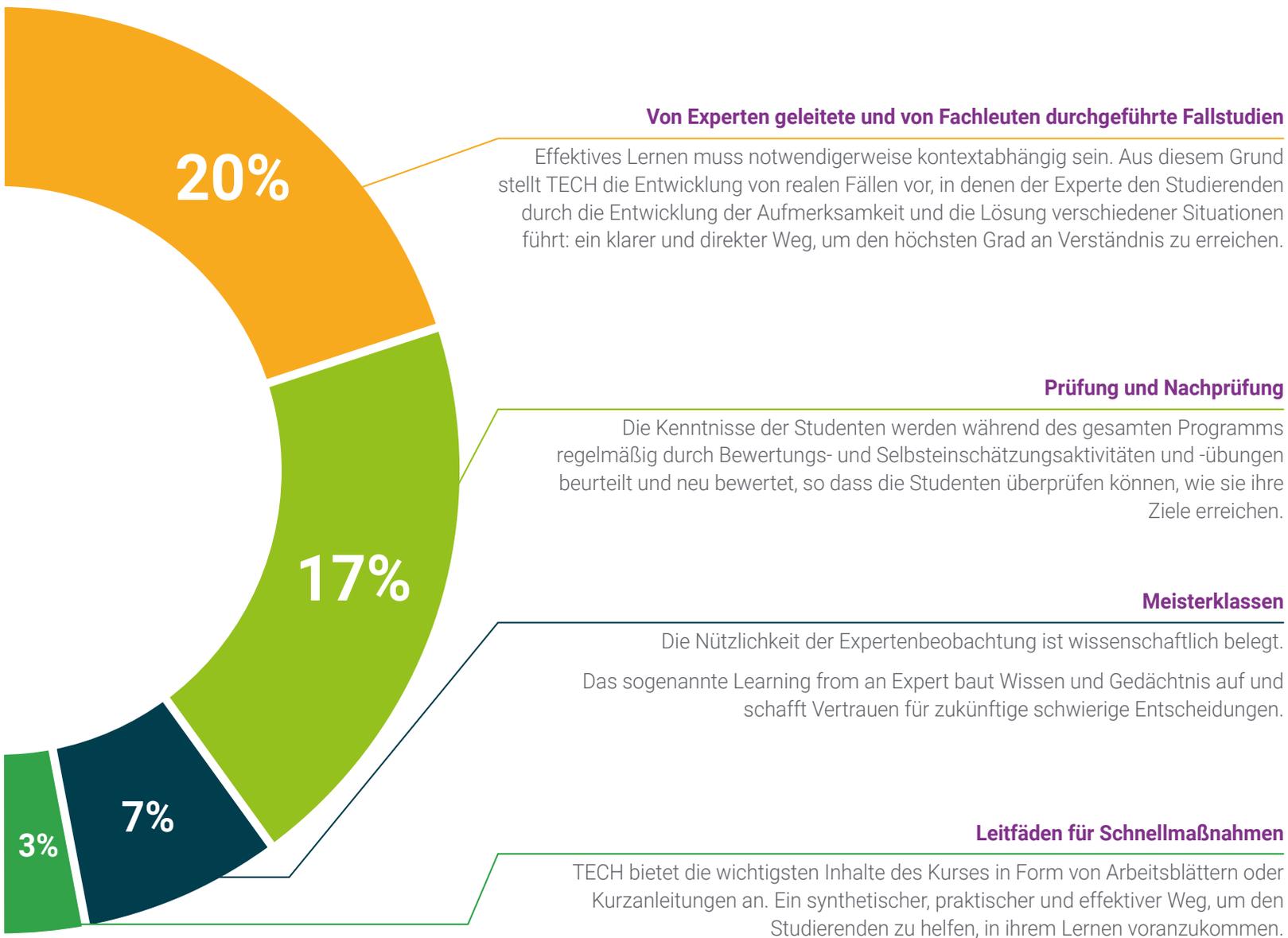
Dieses exklusive Schulungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Design und Marketing von Zahnkliniken garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 **Universitätsexperte in Design und Marketing von Zahnkliniken** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche 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 Technologische 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: **Universitätsexperte in Design und Marketing von Zahnkliniken**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



*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 tutoeren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovativen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Design und Marketing
von Zahnkliniken

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Design und Marketing von Zahnkliniken

