

Esperto Universitario

Marketing nei Centri Veterinari

EMCV



tech università
tecnologica



Esperto Universitario Marketing nei Centri Veterinari

- » Modalità: **Online**
- » Durata: **6 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **Online**

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-marketing-centri-veterinari

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Struttura e contenuti

pag. 22

06

Metodologia

pag. 30

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 38

08

Direzione del corso

pag. 42

09

Prospettive di carriera

pag. 48

10

Benefici per la tua azienda

pag. 52

11

Titolo

pag. 56

01 Benvenuto

Il Marketing è fondamentale per il successo di qualsiasi azienda ed è ancora più importante in mercati in cui la concorrenza è sempre più forte. Con la crescente attenzione al benessere degli animali nella nostra società, le cliniche veterinarie hanno iniziato a proliferare e a moltiplicarsi. Essendo questo il momento ideale per distinguersi attraverso una comunicazione mirata e specializzata, TECH ha sviluppato questa qualifica completa con la quale tutti i professionisti del marketing possono specializzarsi in una nicchia di business in crescita. Scegliendo il corso di marketing nei centri veterinari, lo studente si garantisce una migliore opportunità professionale con grandi aspettative di crescita lavorativa.



Esperto Universitario in Marketing nei Centri Universitari.
TECH Università Tecnologica



“

Acquisisci le competenze necessarie per mettere i clienti della tua azienda veterinaria in prima linea nella comunicazione"

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo che opera al 100% in modalità online. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è un'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'Università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multivideo interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non si basa su criteri economici. Non è necessario effettuare un grande investimento per studiare in questa Università. Tuttavia, per ottenere una qualifica rilasciata da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti...

95 % | degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e con professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha sviluppato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici dei 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con TECH possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a offrire una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perchè scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito del Senior Management.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che ci permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico”

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i seguenti:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, tenendo conto delle diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una spinta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti grazie a un personale docente di reputazione internazionale.

04 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario di TECH è la specializzazione per gestire la comunicazione, con una prospettiva globale e innovativa, di qualsiasi centro veterinario. Con una conoscenza avanzata dei diversi tipi di marketing e di come applicarli al campo della salute animale, lo studente si distinguerà professionalmente in una nicchia di mercato in espansione, garantendo così il miglioramento lavorativo che sta cercando.



“

Preparati a diventare professionisti del marketing veterinario di primo livello con tutte le conoscenze che apprenderai nel corso di questo Esperto Universitario"

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.
Lavoriamo insieme per raggiungerli.

L'Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari preparerà lo studente a:

01

Definire i tipi di clienti di un centro veterinario e gli stili di comunicazione più adatti a loro

02

Sviluppare le capacità di comunicazione necessarie in uno studio veterinario

03

Dimostrare e sviluppare l'empatia in uno studio veterinario

04

Analizzare le situazioni di distorsione delle emozioni e i reclami per gestirli in modo efficace

05

Gestire e valutare la qualità dell'assistenza ai clienti in uno studio veterinario

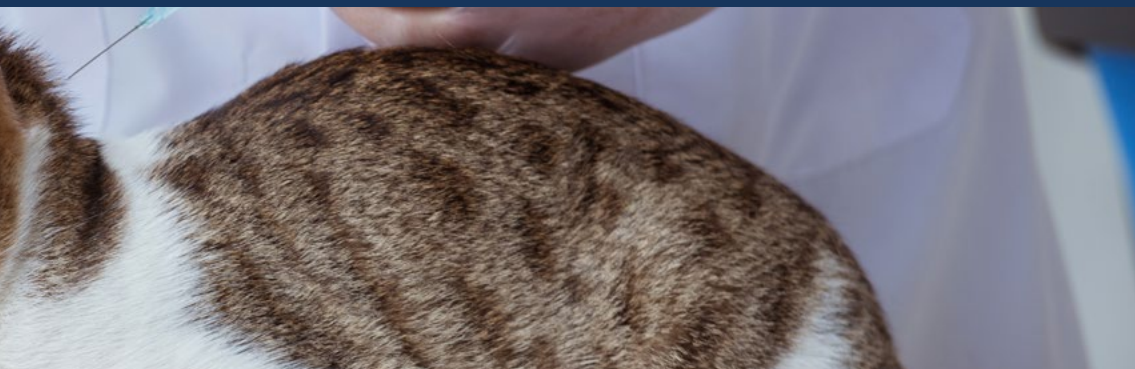


06

Creare e sviluppare portafogli clienti con l'uso di strumenti pratici

08

Analizzare e sviluppare la visita perfetta dell'utente di un centro veterinario



09

Analizzare l'evoluzione del marketing e il suo significato nell'attuale marketing esperienziale

07

Progettare e sviluppare modelli di customer experience (CX) per ottenere la migliore esperienza utente (UX) possibile

10

Riflettere sulla necessità e sull'obbligo di fidelizzare i buoni clienti

11

Esaminare la differenza nella vendita di servizi e prodotti

14

Sviluppare una metodologia pratica per il servizio clienti telefonico

12

Determinare il prezzo di un servizio veterinario

13

Proporre una metodologia per la determinazione del prezzo dei servizi veterinari

15

Specializzarsi per far pagare sempre tutto ciò che viene fatto e fatturato



16

Identificare i mezzi pubblicitari più appropriati per ogni azione

18

Stabilire una metodologia per la gestione dei reclami e delle richieste di risarcimento



19

Sviluppare una metodologia per convertire ogni strategia in almeno un'azione specifica

17

Mostrare l'importanza delle indagini di soddisfazione per scoprire cosa pensano di noi i nostri clienti

20

Determinare le basi pratiche per aumentare le vendite attraverso il cross-selling

21

Convincere della necessità di utilizzare il *Merchandising* in negozio

24

Analizzare i valori da sviluppare necessari in un manager

22

Convincere che il marketing digitale deve avere lo stesso peso del marketing analogico

25

Proporre una metodologia per diventare un buon leader

23

Proporre modelli che aiutino a controllare le azioni di marketing

26

Affrontare un processo di negoziazione con fiducia e sicurezza

27

Generare fiducia nelle persone con cui un manager lavora e in se stesso

30

Costruire e unire team professionali ad alte prestazioni

28

Sviluppare le competenze necessarie per un'eccellente autogestione del tempo

31

Individuare e analizzare i conflitti interni a un centro veterinario

29

Proporre una metodologia adeguata per ottimizzare la produttività del manager

32

Guidare i team professionali per aiutarli a trovare soluzioni ai loro conflitti interni

05

Struttura e contenuti

I contenuti di questo Esperto Universitario sono stati sviluppati tenendo conto sia delle esigenze professionali dello studente sia della realtà attuale del mercato veterinario. Pertanto, lo studente troverà un insegnamento personalizzato con il quale sarà in grado di orientare correttamente la propria carriera professionale verso il campo della comunicazione pubblicitaria veterinaria. Si tratta di una buona opportunità per guidare team di marketing in questo campo e diventare un punto di riferimento nel settore.



“

Trasforma la tua ambizione nel carburante che ti porterà al successo nel campo del marketing veterinario e iscriviti oggi stesso con TECH a questo corso di studi che porterà la tua carriera a una dimensione superiore"

Piano di studi

I contenuti dell'Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari sono stati redatti da un team di professionisti con una vasta esperienza nella gestione della comunicazione in questo settore commerciale. In questo modo, TECH assicura che lo studente riceva il materiale didattico più aggiornato sul mercato.

Allo stesso modo, la metodologia didattica utilizzata da TECH garantisce che lo studente acquisisca tutte le conoscenze e le competenze nel miglior modo possibile, con un ampio materiale audiovisivo che aiuta a esemplificare tutti i contenuti teorici e, allo stesso tempo, alleggerisce il carico didattico.

Durante le 450 ore di specializzazione, allo studente verranno inoltre mostrati casi reali di successo di tecniche e strategie di marketing nelle cliniche veterinarie, potendo così imparare direttamente dagli esempi più pratici come utilizzare correttamente tutte le competenze apprese.

Questo programma ha una durata di 6 mesi ed è composto da 3 moduli:

Modulo 1

Il cliente/utente dei centri veterinari

Modulo 2

Marketing applicato nei centri veterinari

Modulo 3

Leadership e competenze manageriali applicate ai centri veterinari



Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari completamente online. Durante i 6 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Approfondisci lo studio
della cybersecurity e
previeni gli attacchi
informatici nella tua azienda*

Modulo 1. Il cliente/utente dei centri veterinari

1.1. L'assistenza ai clienti nei centri veterinari

- 1.1.1. L'eccellenza nell'assistenza ai clienti
- 1.1.2. La gestione dell'assistenza ai clienti
- 1.1.3. La compliance nei centri veterinari come strumento di fidelizzazione

1.2. La comunicazione faccia a faccia nei centri veterinari

- 1.2.1. Vantaggi pratici della comunicazione con i clienti
- 1.2.2. Paradigma attuale
- 1.2.3. Esigenze del cliente
- 1.2.4. Gestione della qualità del servizio clienti
 - 1.2.4.1. Canali di comunicazione con il cliente
 - 1.2.4.2. Sistemi informatici/database (CRM)
 - 1.2.4.3. Indagini di valutazione della qualità

1.3. Competenze comunicative essenziali per i professionisti delle istituzioni veterinarie

- 1.3.1. La domanda nella comunicazione professionale
- 1.3.2. L'ascolto nella comunicazione professionale
- 1.3.3. Comunicazione non verbale
- 1.3.4. Comunicazione verbale
- 1.3.5. La prossemica negli stabilimenti veterinari

1.4. L'empatia come abilità fondamentale nelle relazioni con i clienti del XXI secolo nei centri veterinari

- 1.4.1. Definizione e descrizione
- 1.4.2. Espressioni di empatia
- 1.4.3. Strumenti per lavorare sull'empatia con i clienti nelle cliniche veterinarie

1.5. Metodologia per affrontare con successo le situazioni difficili con i clienti dei centri veterinari

- 1.5.1. Le quattro abitudini essenziali dei medici altamente efficaci
- 1.5.2. Caratteristiche del conflitto tra professionisti e clienti
- 1.5.3. Metodologia per affrontare le situazioni difficili con i clienti dei centri veterinari
 - 1.5.3.1. Identificare il problema
 - 1.5.3.2. Scoprire il significato
 - 1.5.3.3.Cogliere le opportunità
 - 1.5.3.4. Stabilire i confini della relazione
 - 1.5.3.5. Offrire l'aiuto necessario per risolvere il problema
- 1.5.4. Strumento per il miglioramento delle capacità di comunicazione professionale

1.6. La comunicazione durante la visita dal veterinario

- 1.6.1. Introduzione
- 1.6.2. Il modello di Calgary-Cambridge applicato alla pratica veterinaria
 - 1.6.2.1. Fase di preparazione
 - 1.6.2.2. Inizio della visita
 - 1.6.2.3. Raccolta di informazioni
 - 1.6.2.4. Risultati e pianificazione
 - 1.6.2.5. Fornire informazioni adeguate
 - 1.6.2.6. Comprensione reciproca
 - 1.6.2.7. Termine della visita
- 1.6.3. Comunicare le cattive notizie ai clienti delle strutture veterinarie

1.7. Strategie per la gestione delle relazioni con i clienti in uno studio veterinario

- 1.7.1. Marketing relazionale
- 1.7.2. Le principali aspettative dei clienti e degli utenti dei centri veterinari
- 1.7.3. Gestione delle relazioni con i clienti a lungo termine
 - 1.7.3.1. Modello MSMC (Miglior servizio per i migliori clienti)
 - 1.7.3.2. Il nuovo paradigma dei CRM

1.8. Segmentazione dei clienti e profilazione dei clienti di uno studio veterinario

- 1.8.1. Segmenti e portafogli clienti
 - 1.8.1.1. Il processo per individuare il portafoglio clienti di centri veterinari
- 1.8.2. I vantaggi strategici del portafoglio clienti
- 1.8.3. Clienti più preziosi (MVC)

1.9. Esperienza del cliente (CX) e esperienza dell'utente (UX) negli studi veterinari

- 1.9.1. Il momento della verità
- 1.9.2. Elementi che compongono l'Esperienza Cliente
- 1.9.3. Esperienza Utente

1.10. Applicazione pratica dell'esperienza del cliente e dell'utente nei centri veterinari

- 1.10.1. Fasi
 - 1.10.1.1. Studio e analisi delle esperienze degli utenti
 - 1.10.1.2. Definizione della piattaforma esperienziale
 - 1.10.1.3. Progettazione e pianificazione delle esperienze
 - 1.10.1.4. Strutturare il contatto o l'incontro con i clienti
 - 1.10.1.5. Metodologia pratica

Modulo 2. Marketing applicato nei centri veterinari

<p>2.1. Marketing nei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1.1. Definizioni 2.1.2. Esigenze-Motivi di acquisto 2.1.3. Domanda e Offerta 2.1.4. Evoluzione del marketing 2.1.5. Le aziende di oggi 2.1.6. Il cliente di oggi 2.1.7. La fidelizzazione: Il marketing nel XXI secolo 	<p>2.2. Cosa si vende nei centri veterinari?</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.2.1. Prodotti 2.2.2. Servizi 2.2.3. Differenze tra prodotti e servizi 2.2.4. Le 4P dei prodotti 2.2.5. Le 7P dei servizi 	<p>2.3. I servizi e i prodotti dei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.3.1. Portafoglio di servizi 2.3.2. Portafoglio di prodotti 2.3.3. Come vendere i prodotti? 2.3.4. Come vendere i servizi? 2.3.5. Differenziazione - Valore aggiunto 2.3.6. Tecnica CABE 2.3.7. Il Neuro Marketing e la sua applicazione alle vendite 	<p>2.4. Il prezzo dei servizi e dei prodotti dei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.4.1. L'importanza del prezzo in un'azienda 2.4.2. La relatività del prezzo nei servizi 2.4.3. Come stabilire i prezzi di un servizio? 2.4.4. Come stabilire i prezzi di un prodotti? 2.4.5. Listino prezzi 2.4.6. Come stabilire i prezzi di un servizio per i clienti? 2.4.7. Come confutare i commenti sui prezzi elevati? 2.4.8. Curva dell'elasticità della domanda rispetto al prezzo 2.4.9. Modelli di gestione dei prezzi nei centri veterinari 2.4.10. Come far pagare tutti i servizi e cosa fare in caso contrario?
<p>2.5. Comunicazione con i clienti dei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.5.1. Comunicazione con il cliente interno: i dipendenti 2.5.2. Necessità: coordinamento dei messaggi 2.5.3. La multicanalità e l'omnicanalità 2.5.4. Nella sala d'attesa 2.5.5. Nel servizio clienti telefonico 2.5.6. Durante la visita 2.5.7. Promemoria 2.5.8. Campagne di prevenzione sanitaria 2.5.9. Dr. Google Vet. e la sua gestione da parte del veterinario 2.5.10. I motivi per cui un cliente cambia veterinario 2.5.11. Sondaggi di soddisfazione 2.5.12. Reclami in uno studio veterinario 	<p>2.6. Pubblicità nei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.6.1. Che tipo di clienti voglio raggiungere? 2.6.2. Sala d'attesa 2.6.3. Elementi promozionali 2.6.4. Media scritti 2.6.5. Media digitali 2.6.6. Altri 	<p>2.7. Cross-selling nei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.7.1. Cos'è e a cosa serve? 2.7.2. Tipi di cross-selling 2.7.3. Come realizzarlo? 2.7.4. Servizio + Servizio 2.7.5. Servizio + Prodotto 2.7.6. Prodotto + Prodotto 2.7.7. Lavoro di Squadra 	<p>2.8. Merchandising</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.8.1. Definizioni 2.8.2. I Pilastri 2.8.3. Obiettivi 2.8.4. Il processo decisionale di acquisto e le tipologie di acquisto 2.8.5. L'esterno del centro <ul style="list-style-type: none"> 2.8.5.1. La facciata 2.8.5.2. Identità 2.8.5.3. La porta 2.8.5.4. La vetrina 2.8.6. L'interno del centro <ul style="list-style-type: none"> 2.8.6.1. Assortimento 2.8.6.2. Disposizione dello spazio 2.8.7. Gestione delle scorte 2.8.8. Animazione nel punto di vendita <ul style="list-style-type: none"> 2.8.8.1. Esterna 2.8.8.2. Interna 2.8.8.3. PLV 2.8.8.4. Promozioni
<p>2.9. Marketing Digitale nei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.9.1. Informazioni generali 2.9.2. Effetto ROPO 2.9.3. <i>Blending</i> Marketing: offline e online 2.9.4. La pagina web di un centro veterinario 	<p>2.9.5. Le Reti Sociali applicate ai centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.9.5.1. Facebook 2.9.5.2. Twitter 2.9.5.3. Instagram 2.9.5.4. Canale Youtube <p>2.9.6. <i>Email</i> Marketing</p> <p>2.9.7. Strumenti di messaggistica istantanea</p>	<p>2.10. Strumenti di fidelizzazione per i clienti dei centri veterinari</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.10.1. Non tutti i clienti hanno lo stesso valore 2.10.2. Piani sanitari 2.10.3. Campagne di prevenzione sanitaria 2.10.4. Assicurazione veterinaria 	<p>2.10.5. Sistemi di accumulo di punti</p> <p>2.10.6. Cupon di sconti</p> <p>2.10.7. Altri</p>

Modulo 3. Leadership e competenze manageriali applicate ai centri veterinari

3.1. Competenze gestionali essenziali del manager e/o proprietario di un centro veterinario

- 3.1.1. Direzione
- 3.1.2. Processo decisionale
- 3.1.3. Processo decisionale
- 3.1.4. Flessibilità
- 3.1.5. Autoconsapevolezza
- 3.1.6. Assertività
- 3.1.7. Comunicazione
- 3.1.8. Intelligenza emotiva

3.2. La leadership applicata ai centri veterinari

- 3.2.1. Caratteristiche del leader
- 3.2.2. Vantaggi della leadership
- 3.2.3. Compiti del leader
- 3.2.4. La delega
 - 3.2.4.1. Strategia di delega
 - 3.2.4.2. Selezione dei compiti
 - 3.2.4.3. Processo per l'abilitazione
- 3.2.5. Colloqui motivazionali con i dipendenti
 - 3.2.5.1. Metodo GROW/MAPA

3.3. Negoziazione per il responsabile del centro veterinario

- 3.3.1. Capacità di negoziazione
- 3.3.2. Tipi e stili di negoziazione
- 3.3.3. Fasi della negoziazione
 - 3.3.3.1. Preparazione
 - 3.3.3.2. Discussione e argomentazione
 - 3.3.3.3. Proposta
 - 3.3.3.4. Scambio
 - 3.3.3.5. Chiusura
 - 3.3.3.6. Monitoraggio
- 3.3.4. Tattiche e tecniche di negoziazione
- 3.3.5. Strategie

3.4. Gestione del tempo del responsabile del centro veterinario

- 3.4.1. Rallentare, riflettere, analizzare e decidere
- 3.4.2. Conoscenze interne
- 3.4.3. Come stabilire le priorità
- 3.4.4. Agire
- 3.4.5. Pianificazione e organizzazione
- 3.4.6. Ladri di tempo

3.5. Come creare fiducia nel personale di una clinica veterinaria?

- 3.5.1. Fiducia in se stessi
- 3.5.2. Fiducia negli altri
- 3.5.3. Autocritica costruttiva
- 3.5.4. Rispetto e responsabilità
- 3.5.5. Onestà
- 3.5.6. Prove ed errori

3.6. Gestione della produttività del direttore di una struttura veterinaria

- 3.6.1. Ladri di produttività
- 3.6.2. Il metodo Getting Things Done® (GTD)
 - 3.6.2.1. Fondamenti
 - 3.6.2.2. Raccogliere o catturare
 - 3.6.2.3. Elaborare o chiarire
 - 3.6.2.4. Organizzare
 - 3.6.2.5. Revisionare
 - 3.6.2.6. Fare

3.7. Team professionali ad alte prestazioni nelle istituzioni veterinarie

- 3.7.1. Gruppi di lavoro
- 3.7.2. Caratteristiche delle squadre di professionisti
- 3.7.3. Vantaggi dei team professionali ad alte prestazioni
- 3.7.4. Esempi pratici

3.8. Identificazione e risolvere conflitti interni di un centro veterinario

- 3.8.1. Il metodo delle cinque disfunzioni dei team professionali
 - 3.8.1.1. Mancanza di fiducia
 - 3.8.1.2. Paura del conflitto
 - 3.8.1.3. Mancanza di impegno
 - 3.8.1.4. Evitare la responsabilità
 - 3.8.1.5. Disinteresse per i risultati
- 3.8.2. Cause di fallimento delle squadre di professionisti

3.9. Prevenzione della tossicità interna nei centri veterinari

- 3.9.1. Salute organizzativa
- 3.9.2. Misure preventive
 - 3.9.2.1. Creare un team di leadership coeso
 - 3.9.2.2. Creare chiarezza all'interno dell'organizzazione
 - 3.9.2.3. Comunicare con eccessiva chiarezza
 - 3.9.2.4. Rafforzare la chiarezza

3.10. Gestione del cambiamento nella direzione di una struttura veterinaria

- 3.10.1. Audit delle credenze
- 3.10.2. Sviluppo del carattere
- 3.10.3. Azioni di cambiamento



06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali*”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



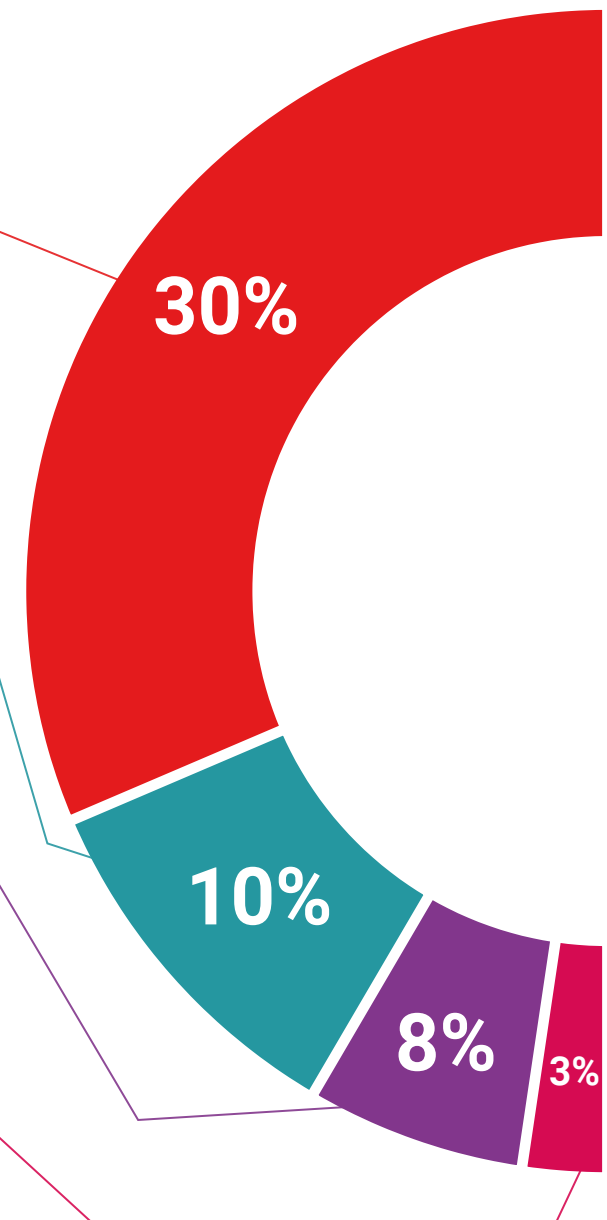
Stage di competenze manageriali

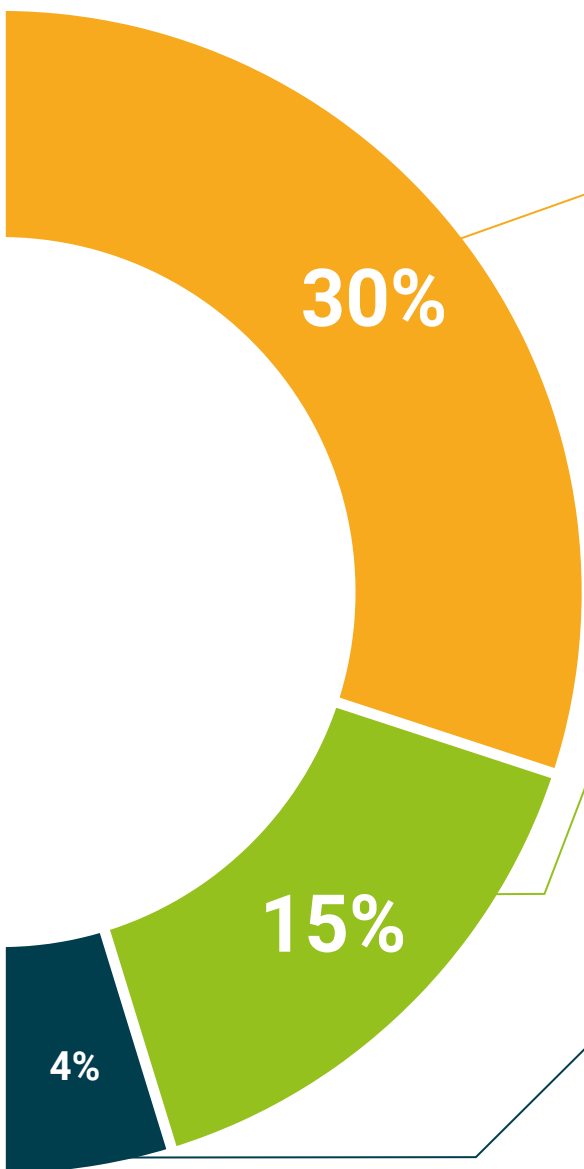
Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07

Profilo dei nostri studenti

Questo programma è stato creato per tutti i professionisti del mondo veterinario o del marketing che desiderano specializzare la propria carriera e dare un approccio di maggiore qualità al proprio lavoro in questo campo specifico. Grazie alle conoscenze avanzate insegnate e alla varietà di profili multidisciplinari, lo studente ha un'eccellente opportunità di fare *Networking* e incontrare potenziali partner o potenziali clienti.





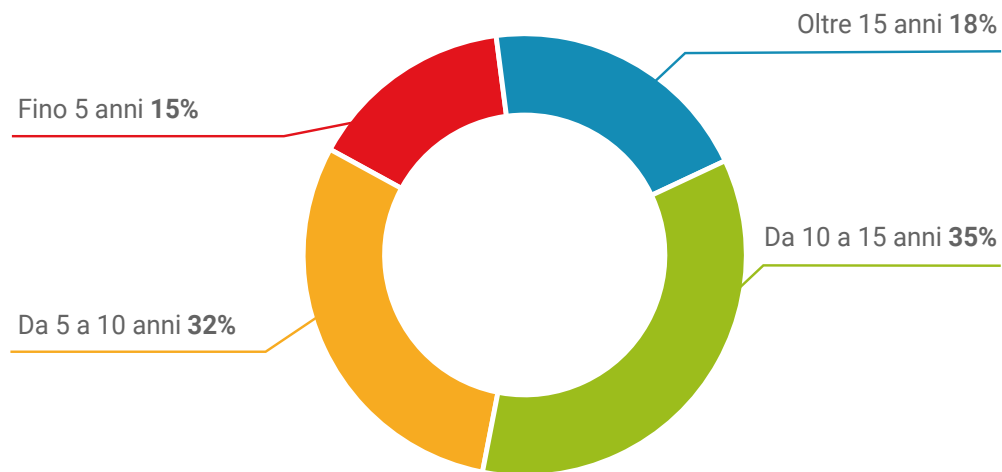
“

Avraia visione necessaria per portare il centro veterinario a un nuovo livello di business, con una comunicazione mirata al pubblico che si vuole raggiungere”

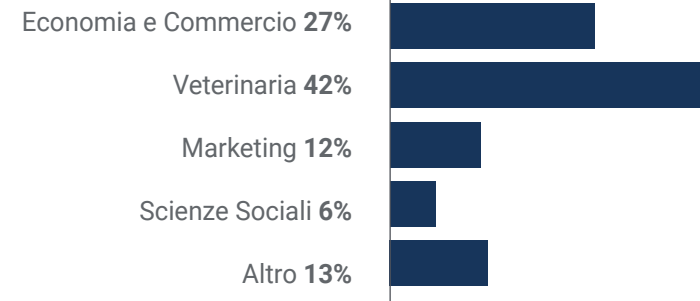
Età media

Da **35** e **45** anni

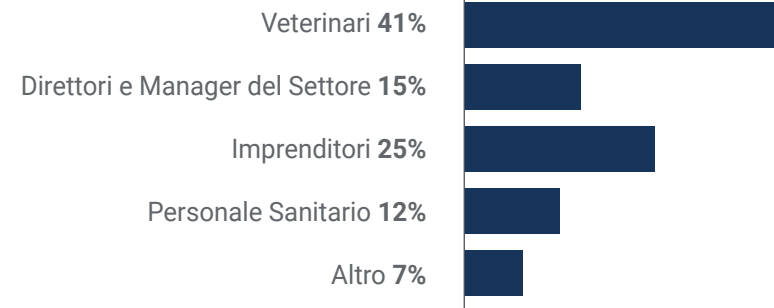
Anni di esperienza



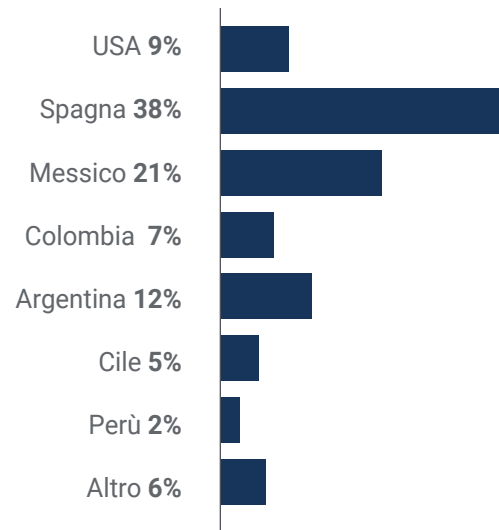
Formazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Lola María Mondragón

Esperto di Marketing

"Questo Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari mi ha permesso di orientare la mia professione verso questo settore, che trovo molto interessante e ricco di opportunità. Lo consiglio a tutti i professionisti che vogliono specializzarsi in questa entusiasmante nicchia"

08

Direzione del corso

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti in gestione e direzione di cliniche veterinarie, che apportano a questa specializzazione l'esperienza del loro lavoro. Inoltre, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree correlate partecipano alla sua progettazione e preparazione, completando il programma in modo interdisciplinare, rendendolo, in questo modo, un'esperienza unica e altamente specializzante a livello accademico.



“

Gli specialisti del settore apportano allo studio, oltre alle conoscenze più innovative, la visione reale e attuale di questo tipo di lavoro"

Direzione



Dott. Barreneche Martínez, Enrique

- ◆ Direttore della compagnia di consulenza VetsPower.com, impresa di consulenza aziendale con dedica esclusiva ai centri veterinari per animali da compagnia
- ◆ Laurea in Medicina Veterinaria presso l'Università Complutense di Madrid nel 1990
- ◆ Vice-presidente dell'associazione provinciale dei datori di lavoro del settore veterinario di Alicante, AEVA, e tesoriere della Confederazione delle associazioni dei datori di lavoro del settore veterinario della Spagna (CEVE)
- ◆ Co-fondatore del Gruppo di Lavori e Amministrazione di AVEPA (GGA), di cui è stato presidente
- ◆ Esperienza aziendale propria Fondatore e proprietario del Centro Veterinario Amic di Alicante dal 1991 al 2018, si è trasferito per dedicarsi esclusivamente alla gestione aziendale nel settore dei centri sanitari veterinari per animali domestici.
- ◆ Autore dei libri sulla gestione aziendale dei centri veterinari "Chi ha rilevato il mio centro veterinario?" (2009) e "Ho trovato il mio centro veterinario!"
- ◆ Co-autore di due libri e autore di capitoli specifici in altre pubblicazioni finalizzate alla formazione degli assistenti di clinica veterinaria (VCA).
- ◆ Relatore in diversi corsi e workshop sulla gestione aziendale dei centri veterinari, sia in presenza che online, sia in Spagna che all'estero
- ◆ Dal 1999 ha tenuto numerose conferenze, corsi e webinar per il personale ausiliario dei centri veterinari.

Personale docente

Dott. Martín González, Abel

- ♦ Laurea in Veterinaria presso l'Università Complutense di Madrid nel 1989
- ♦ Studi di dottorato, senza presentazione della tesi
- ♦ Docente collaboratore della "Junta de Comunidades de Castiglia La Mancha" nei corsi sulla Gestione dell'Azienda Zootecnica
- ♦ Conferenze su ecografia e controllo della riproduzione organizzate da AESLA (Asociación de Criadores de Raza Lacauenne) in diverse località della Spagna.
- ♦ Relatore nel Ciclo di Conferenze sulla Malattie del Toro da Corrida organizzato dal Collegio di Veterinari di Madrid
- ♦ Conferenze sulla gestione dei centri veterinari organizzate dal gruppo di gestione AVEPA.
- ♦ Relatore in diversi congressi nazionali organizzati da AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA).
- ♦ Esperto INCUAL nella stesura della qualifica professionale di Assistenza e aiuto sanitario nella gestione degli animali da allevamento
- ♦ Veterinario libero professionista in qualità di direttore tecnico di Aziende Zootecniche, di bovini, ovini, equini e suini
- ♦ Direttore Tecnico di AD SG di Castiglia-La Mancha (Spagna): AD SG Bovino Castillo de Bayuela, AD SG Bovino La Jara, AD SG Estensivo Belvis, AD SG Bovino Los Navalmorales, AD SG Suino La Jara
- ♦ Direttore Tecnico della Marca di Qualità di Carne della Sierra de San Vicente
- ♦ Direttore del Centro Veterinario Talavera e Clinica Veterinaria Veco a Talavera de la Reina (Toledo)
- ♦ Direttore dell'Ospedale Clinico Veterinario di Talavera

- ♦ Membro fondatore di CEVE (Confederazione Imprese Veterinarie Spagnole) di cui è attualmente il Vice-presidente Membro della Commissione per la Salute di CEVE e della Commissione Digitale di CEVE
- ♦ Membro fondatore della CEVE-CLM (Confederazione Imprenditoriale Veterinaria di Castilla La Mancha), di cui è attualmente presidente
- ♦ Membro di varie associazioni nazionali e internazionali come AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO
- ♦ Membro della Commissione Digitale di CEOE (Confederazione delle Organizzazioni Aziendali della Spagna)

Dott. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ Ingegnere Superiore in Telecomunicaciones
- ♦ Laurea in Ingegneria Navale e Trasporto Marittimo
- ♦ Capitano della Marina Mercantile
- ♦ Istruttore di Immersioni subacquee professionali
- ♦ Segretario della Confederazione Imprese Veterinarie Spagnole CEVE
- ♦ Responsabile del Dipartimento di Diritto del Lavoro, Organizzazione e Formazione della CEVE
- ♦ Segretario di Empresaris Veterinaris, Isole Baleari (EMVETIB)
- ♦ Presidente della Commissione dei Servizi della Confederazione delle Associazioni Aziendali delle Baleari (CAEB)
- ♦ Membro del Comitato Esecutivo della CAEB
- ♦ Presidente del Comitato Nazionale di Negoziazione del Contratto Collettivo per i Centri e i Servizi Sanitari Veterinari
- ♦ Responsabile della clinica veterinaria Veterinari Son Dureta SLP

Dott.ssa Saleno, Delia

- ♦ Studi di dottorato (2000- 2003) senza presentazione della tesi
- ♦ Laurea in Veterinaria presso l'Università di Scienze Agricole e Medicina Veterinaria di Cluj-Napoca (Romania)
- ♦ Diploma di Studi Avanzati in Clinica di Animali di Piccola Taglia (2000)
- ♦ Studi Avanzati in Citogenetica presso l'Università di Cordoba (2005) con uno studio sulla Infertilità negli Equini
- ♦ Corso per imprenditori (500 ore) di EOI nel 2007 a Palma di Maiorca (Spagna)
- ♦ Corso di qualificazione come valutatore nelle procedure di accreditamento delle competenze professionali acquisite attraverso l'esperienza lavorativa in agricoltura
- ♦ Ricercatrice pre-dottorato presso il Dipartimento di Riproduzione Animale della Facoltà di Medicina Veterinaria di Cluj-Napoca (Romania)
- ♦ Ricercatrice pre-dottorato presso il Dipartimento di Genetica dell'Università di Cordoba (Spagna).
- ♦ Opera in cliniche di medicina veterinaria per cani e gatti da oltre 20 anni, inizialmente presso l'Ospedale Veterinario Universitario di Cluj-Napoca e successivamente in varie cliniche e ospedali in Spagna
- ♦ Nel 2008 inizia la sua attività imprenditoriale con una clinica veterinaria di Palma di Maiorca: Clinica Veterinaria Son Dureta
- ♦ È membro fondatore della Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) e della Confederazione Imprese Veterinarie Spagnole (CEVE). Ha ricoperto la presidenza di EMVETIB dal novembre 2012 e la presidenza della CEVE dal marzo 2017.
- ♦ Da settembre 2018 è membro del Consiglio di Amministrazione di CEOE.
- ♦ Rappresentante del settore veterinario in vari forum economici nazionali e internazionali e in osservatori settoriali e gruppi di lavoro del Ministero dell'Istruzione, del Ministero del Lavoro e del Ministero dell'Agricoltura

Dott. Vilches Sáez, José

- ♦ Responsabile del progetto CursoACV.com
- ♦ Responsabile della piattaforma di formazione Cursoveterinaria.com
- ♦ Responsabile del progetto – Duna Formación
- ♦ Responsabile commerciale - Gesvilsa
- ♦ Responsabile presso Formación Professional Duna, SL
- ♦ Community Manager
- ♦ Gestione della Segreteria - AGESVET
- ♦ Responsabile commerciale per la Spagna - ProvetCloud
- ♦ Responsabile tecnico commerciale - Guerrero Coves

Dott. Muñoz Sevilla, Carlos

- ♦ Laurea in Veterinaria presso l'Università Complutense di Madrid Classe 1985- 1990
- ♦ MBA presso l'Università Jaime I (UJI), 2017-18
- ♦ Professore delle materie di Anestesiologia e Gestione della Clinica Veterinaria, presso l'Università CEU Cardenal Herrera, da novembre 2011 a oggi
- ♦ Socio di AGESVET dalla sua fondazione fino al 2018
- ♦ Partecipante allo sviluppo e alla formazione del Modulo di Risorse Umane di AGESVET



Dott. Villaluenga, José Luis

- ♦ Laurea in Scienze Biologiche presso l'Università Complutense di Madrid.(1979)
- ♦ Master Universitario in Marketing Digitale, EAE e Università di Barcellona (2016)
- ♦ Master Universitario in Direzione e Gestione delle Risorse Umane, EAE e Università di Barcellona (2018)
- ♦ Professore Associato dal 2012 presso la Facoltà di Veterinaria dell'Università Alfonso X El Sabio, Madrid (Spagna) nel Corso di Laurea in Veterinaria, materie di Genetica Veterinaria e di Etnologia (Modulo: Gestione e Marketing nell'ambito veterinario)
- ♦ Professore dell'area di "Assistenza al Cliente", dal 2017, presso FORVET, Centro di Formazione Veterinaria per Tecnici Ausiliari Veterinari a Madrid (Spagna)
- ♦ Professore del Master in Medicina Sportiva Equina dell'Università di Cordoba (Spagna), dal 2019. Modulo: Marketing e gestione dell'impresa veterinaria equina
- ♦ Professore del corso di Esperto in Fisioterapia e Riabilitazione per Animali di Piccola Taglia: Cani e gatti, area: Gestione aziendale di un centro di riabilitazione di animali di piccola taglia, dal 2017, presso l'Università Complutense di Madrid, Spagna.
- ♦ 2016 – Oggi: Creazione in qualità di socio fondatore dell'impresa Rentabilidad Veterinaria, SL. L'impresa si dedica alla gestione aziendale di centri veterinari di animali da compagnia. Sviluppa progetti di consulenza, formazione e valutazione di imprese, gestione delle risorse umane, gestione economico-finanziaria e fondazione di nuove imprese
- ♦ 2000 – Oggi: Lavora con un consulente specializzato in gestione aziendale di cliniche veterinarie

09

Impatto sulla tua carriera

TECH è consapevole degli sforzi economici, personali e lavorativi che gli studenti devono compiere per completare il loro percorso di studi, per questo si impegna a garantire loro un futuro professionale di successo. Grazie a questo Esperto Universitario, lo studente avrà una visione commerciale e pubblicitaria molto più ampia del mondo del Marketing nei centri veterinari.



“

*Iscriviti ora a questo Esperto Universitario
e raggiungi gli obiettivi di carriera che hai
sempre avuto in mente"*

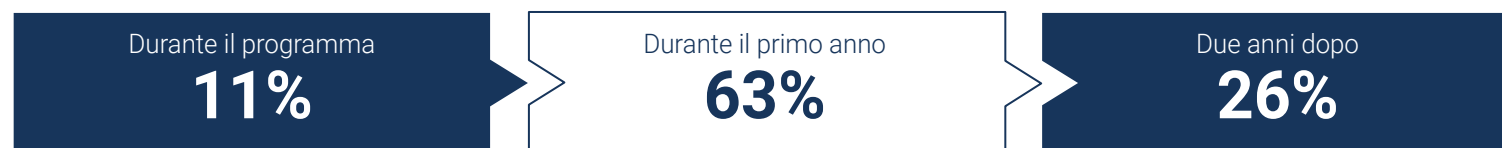
Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

Questo programma specializza i suoi studenti per far emergere il meglio di loro stessi e fornire una visione innovativa del futuro nel campo del marketing veterinario, raggiungendo nuove mete professionali che altrimenti sarebbero molto difficili da raggiungere.

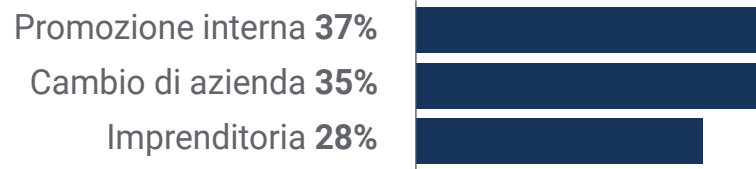
Grazie a questo programma riceverai un alto numero di offerte lavorative, con cui potrai iniziare la tua crescita professionale.

Inserisci nel tuo CV un Corso Universitario altamente specializzato e muoviti in nuove aree di lavoro e di sviluppo professionale.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,22%**



10

Benefici per la tua azienda

Anche le aziende sono i principali beneficiari di questo programma, in quanto gli studenti possono migliorare significativamente i risultati delle campagne pubblicitarie e delle operazioni Marketing dei centri veterinari. Grazie a un insieme di competenze e conoscenze distintive, i benefici economici non tarderanno ad arrivare grazie all'ampliamento della clientela e a una migliore acquisizione dei clienti.



“

Questa esperienza formativa ti darà gli strumenti necessari per diventare un punto di riferimento nel Marketing veterinario”

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda stessa.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione.

11 Titolo

L'Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Marketing nei Centri Veterinari** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Marketing nei Centri Universitari**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Esperto Universitario Marketing nei Centri Veterinari

- » Modalità: **Online**
- » Durata: **6 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **Online**

Esperto Universitario

Marketing nei Centri Veterinari