

校级硕士

牙科诊所管理 MBA



tech 科学技术大学



tech 科学技术大学

校级硕士 牙科诊所管理 MBA

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

网页链接: www.techtitute.com/cn/dentistry/professional-master-degree/master-mba-dental-clinic-management-administration

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

能力

12

04

课程管理

16

05

结构和内容

40

06

方法

50

07

学位

58

01 介绍

近年来,牙科专业毕业生人数的增加以及牙科诊所数量的上升,使得临床牙科行业成为目前最具竞争力的市场之一。因此,牙科医生的职业角色也必须转变为管理者和诊所的负责人,需专注于学习企业管理和团队领导的知识,以确保自身业务的持续发展。



“

通过本项目提升你在牙科诊所管理方面的知识, 你将获得最优质的教学资料和真实的案例分析。在这里了解的管理和行政的最新进展, 以便能够管理高质量的牙科中心”

近年来,牙科诊所的管理引起了人们越来越大的兴趣,特别是在那些意识到如何正确管理他们的牙科诊所的资源的专业人士中,为了把它变成一个有前途的企业,只有通过应用适当的商业管理杠杆才能保证其连续性。

在这个新的环境中,对牙科诊所作为一个组织结构的关注尤为强烈,管理和领导的所有领域都必须得到解决和掌握:人力资源、营销、质量、时间管理、计划和战略、会计和成这个等等。

通过对所开发内容的应用和结构化方法,目的是让学生获得从管理和方向的不同角度面对工作挑战的能力,使他们在牙科部门的高度竞争框架中获得成功的明显优势。

这个课程旨在提供相当于 1,500 小时的在线专业学习,所有的理论和实践知识都是通过与牙科诊所经理日常所面临的挑战直接相关的应用来呈现。

这个**牙科诊所管理 MBA 校级硕士**包含了市场上最完整和最新的科学课程。主要特点是:

- ◆ 发展由牙科诊所管理专家介绍的实际管理和领导力案例研究
- ◆ 这个书以图形化、图表化和突出的实用性内容为构思,为那些对管理的专业实践至关重要的领域提供了严格和集中的信息
- ◆ 包含以推进进行自我评估过程为目的实践
- ◆ 互动学习系统
- ◆ 这将由理论讲座、向专家提问、关于争议性问题的讨论论坛和个人反思工作来补充
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容



每家公司都需要决定在哪里玩,与谁玩,有什么资源,打算从中获得什么”

“

这个方案学位可能是你在选择进修课程时最好的投资,原因有二:除了更新你在牙科诊所管理方面的知识,你还将获得TECH科技大学的硕士学位”

教学人员包括属于牙科诊所管理领域的专业人员,他们将自己的工作经验带到这个专业,以及属于这个行业和相关行业的领先公司的公认专家。

由于它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的,它将允许专业人员进行情景式学习,也就是说,一个模拟的环境将提供一个沉浸式的学习程序,在真实的情况下进行培训。

这个课程的设计以“基于问题的学习”为导向,通过这种方式,管理人员必须尝试解决整个课程中出现的不同专业实践情况。要做到这一点,专业人员将得到一个创新的互动视频系统的帮助,这个系统由牙科诊所管理领域公认的专家创建,具有丰富的教学经验。这个课程的设计基于问题的学习,导向个案必须尝试解决课程中出现的不同专业实践情况。

了解牙科诊所管理的最新趋势。

通过本项目提升你的管理技能,
增强你的专业能力。



02 目标

牙科诊所的管理课程的目的是促进你的个人和专业成长。





“

这个课程的主要目标是促进你的个人和专业成长,帮助你实现作为牙科诊所经理的成功”



总体目标

- ◆ 运用理论、方法和分析工具,优化管理和指导自己的临床-牙科业务,在高度竞争的环境中有效地实现自我差异化
- ◆ 融入战略和远见技能,以促进识别新的商业机会
- ◆ 支持获得个人和专业技能,鼓励学生以更大的信心和决心开展自己的商业项目,无论是发起创建自己的临床牙科业务,还是在他们已经拥有的临床牙科业务的管理和指导模式方面进行创新
- ◆ 通过在管理和商业管理部门的持续和具体学习,使临床-牙科部门专业化



通过 牙科诊所的管理
课程更新你的知识”



具体目标

模块 1. 牙科诊所管理的支柱

- ◆ 描述管理模式和临床牙科业务管理的现状和未来趋势,以便能够确定目标和差异化的成功战略
- ◆ 熟悉管理和商业管理领域的具体术语和概念,以便在临床牙科业务中有效应用
- ◆ 发现和分析领先的牙科诊所的成功商业模式的关键点,以提高未来管理人员的动力、灵感和战略心态

模块 2. 设计你的牙科诊所

- ◆ 学习有效识别和描述牙科诊所业务的价值主张,作为建立后续营销和销售策略的坚实基础
- ◆ 学习在所有商业领域中最常用的商业模式的创建和创新的验证方法,并在牙科诊所领域有实际和具体的应用

模块 3. 市场营销简介

- ◆ 描述营销的语言、概念、工具和逻辑,作为临床牙科业务增长和定位的关键业务活动

模块 4. 营销 2.0

- ◆ 深入研究在这个 2.0 时代必须掌握的数字通信工具,以确保牙科诊所的价值主张通过最合适的渠道到达目标患者
- ◆ 针对具体目标设计营销和沟通活动,能够通过易于解释的指标来衡量其影响

模块 5. 人力资这个的价值

- ◆ 掌握基于领导力的管理技能,促进与团队的有效沟通,有利于创造一个健康的工作环境,专注于共同的目标和成果的实现
- ◆ 学习人力资源管理的基这个概念,领导招聘过程,保护组成牙科诊所的团队人才
- ◆ 学习如何根据角色的定义来分配任务,从而培养一个健康、平衡和富有成效的工作环境

模块 6. 团队管理

- ◆ 在情商模型和组织教练技术的基础上,为团队管理、决策和冲突解决制定有效方法
- ◆ 思考组织中领导者的特点,并通过应用最新的教练和情商技术,加强成功领导的管理技能

模块 7. 牙科诊所的质量和时间的管理

- ◆ 根据持续改进的理念,设计以牙科诊所的生产力和质量模式为重点的工作程序
- ◆ 使用数字工具,促进牙科诊所任务的有效规划和管理,从而在短期内节省大量成本

模块 8. 采购和仓库管理

- ◆ 应用工具和工作程序,这是优化采购和仓库管理资源的必要条件,避免支出的非生产性流动
- ◆ 发展谈判技巧,与供应商、客户和团队管理层打交道,注重双赢结果

模块 9. 适用于牙科诊所的成这个和财务状况

- ◆ 掌握主要的金融工具,以促进基于客观数据的关键决策
- ◆ 掌握成这个分析的重要知识,以了解你的公司在盈利方面的现状,并能够确定未来的方案

模块 10. 牙科道德规范

- ◆ 解释与牙科专业人员在商业环境中的发展相关的主要职责和道德义务,主要关注对病人的治疗

模块 11. 公司的领导力、道德和社会责任

- ◆ 分析全球化对公司治理和企业治理的影响
- ◆ 评估有效领导力在企业管理和成功中的重要性
- ◆ 确定跨文化管理策略及其在多样化企业环境中的相关性
- ◆ 发展领导力技能,理解当前领导者面临的挑战
- ◆ 确定企业伦理原则和实践,并应用于公司决策
- ◆ 制定可持续性和企业社会责任的实施和改进策略

模块 12. 人事和人才管理

- ◆ 确定战略管理与人力资源管理之间的关系
- ◆ 深入了解有效人力资源管理所需的核心能力
- ◆ 探讨绩效评估和管理的相关方法
- ◆ 整合人才管理创新及其对员工留存和忠诚度的影响
- ◆ 制定激励策略和高绩效团队的发展方案
- ◆ 提出有效的变革管理和冲突解决方案

模块 13. 经济-财务管理

- ◆ 分析宏观经济环境及其对国家和国际金融系统的影响
- ◆ 定义财务决策所需的信息系统和商业智能
- ◆ 区分关键财务决策和金融风险管理
- ◆ 评估财务规划和企业融资策略

模块 14. 执行管理

- ◆ 定义总经理管理的概念及其在企业管理中的重要性
- ◆ 评估管理者在组织文化中的职能和责任
- ◆ 分析运营管理和质量管理在价值链中的重要性
- ◆ 发展人际沟通和演讲技巧,以培训发言人

03 能力

通过牙科诊所管理 MBA 的评估后,未来的管理者将获得必要的专业技能,为客户提供优质服务,并管理一个成功的公司。





“

我们在创建和发展你的企业的过程中陪伴你,使它成为一个坚实的项目,并有增长的期望”



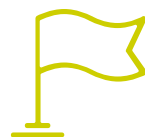
总体能力

- ◆ 掌握和解释知识, 为学生提供在发展商业模式方面的原创机会
- ◆ 在与临床-牙科部门相关的多学科背景下, 在新的或不熟悉的环境中应用技术、策略和解决问题的能力
- ◆ 进行分析和综合, 从而提高他们在企业管理领域的决策能力
- ◆ 以明确无误的方式传达他们的结论

“

随着商业世界的变化, 对特定管理技能的需求也在不断变化。因此, 所有管理者或有志于成为管理者的人都应不断更新和提升自己的管理技能”





具体能力

- ◆ 在牙科诊所内优先考虑团队中每个成员的作用
- ◆ 妥善管理现有的吸纳、薪酬和吸引人力资这个人才战略
- ◆ 有效地应用招聘方式来管理工资,从而实现对我们牙科诊所团队成员的薪酬的正确培训
- ◆ 定义行动协议,以便正确执行牙科诊所的任务,并纳入监测工具,以控制和评估这些协议的应用
- ◆ 进行满意度调查,制定和实施适应牙科诊所患者需求的改进措施
- ◆ 识别牙科诊所中出现的成这个类型,以计算相同的成这个/小时,并建立适当的定价
- ◆ 计算一个创建牙科诊所项目的主要可行性比率
- ◆ 检测和预测牙科诊所领域的新管理趋势
- ◆ 知道如何根据要实现的目标制定最佳商业战略
- ◆ 知道如何在临床-牙科部门环境中管理和领导一个工作团队
- ◆ 组织和实施诊所的采购职能
- ◆ 定义和评估供应商的选择、采购和供应过程,以确保诊所正确运作所需的材料流动
- ◆ 以有效方式控制库存,从而改善固定资产的管理
- ◆ 以明智和简单的方式进行谈判,为牙科诊所的正确发展获得最有利的条件
- ◆ 从伦理和道德的基础上发展牙科专业

04 课程管理

该课程的教学团队包括牙科诊所管理及相关领域的权威专家,他们将自己在工作中的经验融入到这一专业化课程中此外,课程的设计和开发还涉及其他享有盛誉的专家,通过跨学科的方式完善课程内容。





“

向行业权威专家学习,掌握牙科诊所管理领域的最新进展和程序”

国际客座董事

Chyree Heirs-Alexandre 是公共卫生管理专家，拥有丰富的医疗咨询运营管理经验。作为美国伍斯特家庭医疗中心的主任，她致力于改善当地居民的健康和福祉。她特别关注多元文化人群，为他们提供社会服务和初级医疗服务。她的目标是确保无论患者支付能力如何，都能获得可负担、优质且全面的医疗护理。

她对公共卫生的持续承诺使她倡导卫生服务和政策应以保障福祉和生活质量为导向。在此过程中，她曾担任布罗克顿社区卫生中心的助理主任，提升了医疗中心活动协调的能力。

作为该领域的专家，Heirs-Alexandre 旨在提供高效的卫生管理，基于最新的工具和组织策略。在此方面，她在广泛的领域内工作，以促进健康和预防疾病。在 2020 年，她参与了 COVID-19 大流行期间的疫苗接种工作，确保所有人都能获得对这种疾病的免疫。

她的一些主要职责包括参与疾病预防和健康习惯推广等项目。此外，Chyree Heirs-Alexandre 还担任哈佛大学牙科学院的副主任及运营负责人，负责中心日常活动和支持人员的管理。



Heirs-Alexandre, Chyree 女士

- 哈佛大学牙科学院运营负责人, 波士顿, 美国
- Orchids in Bloom Credentialing 公司创始人
- 伍斯特家庭健康中心临床运营主任
- 布罗克顿社区健康中心门诊管理助理主任
- 斯坦福健康机构资质协调员
- NextGen Healthcare 资质专家
- 医疗行业企业血管修复中心卫生运营协调员
- 斯坦福医院临床助理
- 新罕布什尔州南部大学公共卫生硕士
- 查特橡树州立学院卫生管理专业毕业生

“

感谢 TECH, 你将能够
与世界上最优秀的专
业人士一起学习”

国际客座董事

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

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

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

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



Dove, Jennifer 女士

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

“

一次独特、关键和决定性的培训经历, 促进你的职业发展”

国际客座董事

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

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

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



Gauthier, Rick 先生

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

“

借此机会了解这个领域的最新发展,并将其应用到你的日常工作中”

国际客座董事

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

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

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

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



Arman, Romi 先生

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

“

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

国际客座董事

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

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

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

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



Arens, Manuel 先生

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

“

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

国际客座董事

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

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

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

此外，在 **Calvin Klein** 或 **Gruppo Coin** 等公司，他开展了推动结构、开发和销售不同系列的项目，并负责制定有效的购买和销售活动日程。他还管理了不同运营的条款、成本、流程和交货时间。

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



La Sala, Andrea 先生

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

“

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

国际客座董事

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

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

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

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



Gram, Mick 先生

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

“

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

国际客座董事

Scott Stevenson 是数字营销领域的杰出专家。他是数字营销专家，19 年来一直与娱乐业最强大的公司之一华纳兄弟探索公司保持联系。在担任该职务期间，他在监督包括社交媒体、搜索、展示和线性媒体在内的各种数字平台的物流和创意工作流程方面发挥了重要作用。

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

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

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



Stevenson, Scott 先生

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

“

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

国际客座董事

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

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

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

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



Nyquist, Eric 先生

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

“

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

管理人员



Guillot, Jaime 先生

- ◆ Web3 企业家和投资者
- ◆ Mergelina 投资公司首席执行官
- ◆ Demium 初创公司首席运营官
- ◆ Hikaru VR Agency 联合创始人兼战略总监
- ◆ 西班牙无人机公司联合创始人兼首席执行官
- ◆ IMBS 商学院联合创始人
- ◆ 互联网和移动商务学校的创始人
- ◆ Fight Technologies 创始人兼首席执行官
- ◆ 在企业创建方面有丰富的经验
- ◆ Bankinter 创新和商业创造硕士课程的讲师
- ◆ 欧洲领导人学院 (EEL) 认证的高管教练
- ◆ 业务经理。BBVA
- ◆ 公司领导力和情绪管理课程的培训师
- ◆ 工商管理学学士 UPV
- ◆ 工业专业
- ◆ 接受过英语、德语和汉语等语言的培训
- ◆ 特殊需求者教育关注协会志愿者



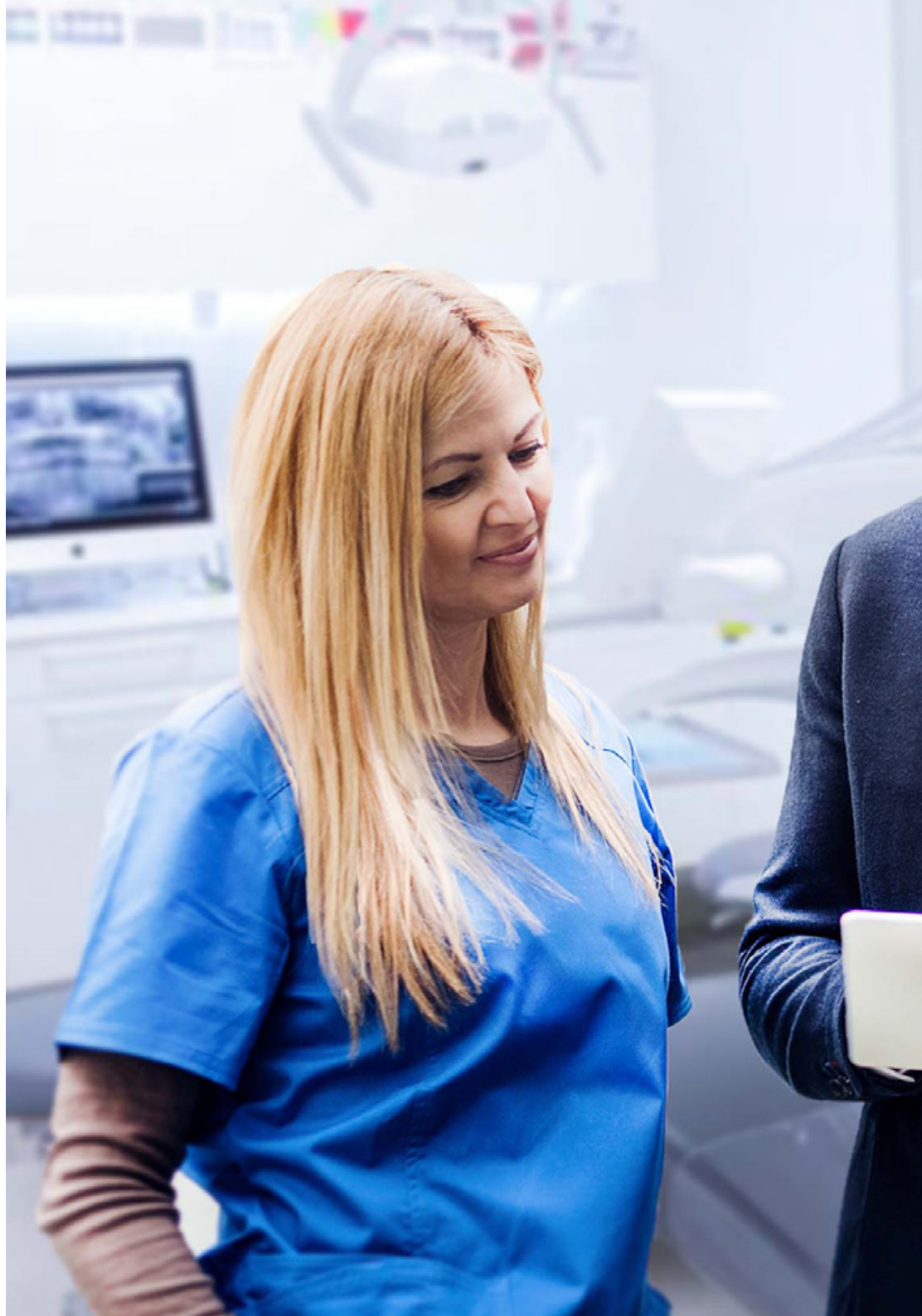
Gil, Andrés 先生

- ◆ 创新与战略管理专家
- ◆ Pilar Roig 牙科诊所总经理
- ◆ MedicalDays 的联合创始人和 CEO
- ◆ 牙科管理和临床管理文凭。牙科医生学院
- ◆ 成本会计文凭。巴伦西亚商会
- ◆ 农业工程师 UPV
- ◆ 管理与指导硕士学位。密歇根州立大学
- ◆ 会计课程。金融研究中心
- ◆ 领导力和团队管理课程。César Piqueras

教师

Fortea Paricio, Anna 女士

- ◆ 国际职业教练, 执行和企业教练专家
- ◆ 专业的神经教练
- ◆ 国际神经教练协会主席
- ◆ Coaching Connection.es (专注于教练的数字杂志) 主任
- ◆ Co & Co (教练与咨询) 联合创始人
- ◆ 欧洲领导力中心创始人
- ◆ Anna Fortea 人类高绩效中心创始人
- ◆ Esexox的联合创始人
- ◆ 多所西班牙大学、UAC 和洪堡大学教授
- ◆ 欧洲法律学生协会 (ELSA) 专家讲师, 与联合国教科文组织、儿童基金会和联合国合作提供培训
- ◆ Josep Carreras 基金会志愿者
- ◆ 撒哈拉人民援助联合会志愿者
- ◆ 瓦伦西亚大学法学学士
- ◆ 加泰罗尼亚开放大学心理学课程和宾夕法尼亚大学神经科学课程
- ◆ 国际认证职业教练 (人类高绩效学院 IESEC)
- ◆ PsicoActiva 沟通、谈判、领导力和自尊专家
- ◆ CEREM 商学院 MBA
- ◆ 欧洲委员会和国家情商协会 (ASNIE) 专家组成员





Dolz, Juan Manuel 先生

- ◆ 业务数字化顾问
- ◆ Irene Milián 集团技术团队经理
- ◆ 在企业创建方面有丰富的经验
- ◆ MedicalDays 联合创始人和 CTO
- ◆ 西班牙无人机公司联合创始人兼首席运营官
- ◆ 联合创始人兼首席运营官 Hikaru VR 机构
- ◆ 联合创始人 HalloValencia
- ◆ 工商管理、管理和营销专业毕业。巴伦西亚大学
- ◆ Freemover Fellowship、国际管理、交流与销售、领导力。伯尔尼大学
- ◆ 商业研究文凭。巴伦西亚大学
- ◆ 数字营销专业培训。互联网创业营。UPV

“

借此机会了解这个领域的最新发展,并将其应用到你的日常工作中”

05

结构和内容

内容的结构是由来自西班牙最好的牙科中心和大学的专业人员组成的团队设计的,他们意识到当前专业的重要性,要能够满足牙成功病学的需要,并致力于通过新的教育技术进行优质教学。



“

这个牙科诊所管理 MBA 包含了市场上最完整和最新的科学课程”

模块 1. 牙科诊所管理的支柱

- 1.1. 牙科诊所管理的简介
 - 1.1.1. 管理的概念
 - 1.1.2. 管理的目的
- 1.2. 牙科诊所的商业愿景
 - 1.2.1. 公司的定义:牙科诊所作为一个服务公司的做法
 - 1.2.2. 适用于牙科诊所的公司要素
- 1.3. 经理的形象
 - 1.3.1. 牙科诊所的管理职位描述
 - 1.3.2. 经理的职能
- 1.4. 企业组织形式
 - 1.4.1. 负责人
 - 1.4.2. 作为牙科诊所所有者的法律实体
- 1.5. 对临床-牙科部门的了解
- 1.6. 管理和商业管理的术语和关键概念
- 1.7. 目前牙科诊所的成功模式

模块 2. 设计你的牙科诊所

- 2.1. 导言和目标
- 2.2. 临床-牙科部门的现状
 - 2.2.1. 国际范围
- 2.3. 临床牙科领域的演变及其趋势
 - 2.3.1. 国际范围
- 2.4. 对竞争的分析
 - 2.4.1. 价格分析
 - 2.4.2. 差异化分析
- 2.5. DAFO 分析
- 2.6. 如何设计你的牙科诊所的 Canvas 模型?
 - 2.6.1. 客户部分
 - 2.6.2. 需要
 - 2.6.3. 解决方案
 - 2.6.4. 方案
 - 2.6.5. 价值主张



- 2.6.6. 收入结构
- 2.6.7. 成这个结构
- 2.6.8. 竞争优势
- 2.6.9. 关键指标解决方案
- 2.7. 验证你的商业模式的方法:精益创业周期
 - 2.7.1. 案例 1:在创建阶段对你的模型进行验证
 - 2.7.2. 案例 2:应用这个方法来自创新你目前的模式
- 2.8. 验证和改进你的牙科诊所的商业模式的重要性
- 2.9. 如何定义你的牙科诊所的价值主张?
- 2.10. 任务、愿景和价值观
 - 2.10.1. 使命
 - 2.10.2. 愿景
 - 2.10.3. 价值观
- 2.11. 目标病人的定义
- 2.12. 我的诊所的最佳位置
 - 2.12.1. 平面图布局
- 2.13. 最佳的工作人员规模
- 2.14. 与确定的战略相一致的招聘模式的重要性
- 2.15. 确定定价政策的关键
- 2.16. 外来资金与内部融资
- 2.17. 对一家牙科诊所成功案例的策略分析

模块 3. 市场营销简介

- 3.1. 主要的营销基这个原理
 - 3.1.1. 基这个的营销变量
 - 3.1.2. 营销概念的进化
 - 3.1.3. 营销是一个交换系统
- 3.2. 新的营销趋势
 - 3.2.1. 营销的演变和未来
- 3.3. 情绪智力应用于市场营销
 - 3.3.1. 什么是情商?
 - 3.3.2. 如何在营销策略中应用情商?
- 3.4. 社会营销 和企业社会责任

- 3.5. 内部营销
 - 3.5.1. 传统营销 (营销组合)
 - 3.5.2. 推荐营销
 - 3.5.3. 内容营销
- 3.6. 外部营销
 - 3.6.1. 业务营销
 - 3.6.2. 战略营销
 - 3.6.3. 内向型 营销
 - 3.6.4. 电子邮件营销
 - 3.6.5. 影响者营销
- 3.7. 内部营销 vs 外部营销
- 3.8. 病人的忠诚度技术
 - 3.8.1. 病人的忠诚度的重要性
 - 3.8.2. 数字化工具应用于患者参与电子邮件营销

模块 4. 营销 2.0

- 4.1. 品牌 建设对于差异化的重要性
 - 4.1.1. 视觉识别
 - 4.1.2. 品牌建设的阶段
 - 4.1.3. 品牌建设是一种差异化战略
 - 4.1.4. 荣格的原型, 赋予你的品牌个性
- 4.2. 网站和牙科诊所的企业博客
 - 4.2.1. 一个有效和实用的网站的关键
 - 4.2.2. 选择沟通渠道的语气
 - 4.2.3. 拥有一个企业博客的优势
- 4.3. 有效利用社交媒体
 - 4.3.1. 社交媒体战略的重要性
 - 4.3.2. 社交媒体的自动化工具
- 4.4. 使用即时通讯
 - 4.4.1. 与你的病人直接沟通的重要性
 - 4.4.2. 个性化促销或群发信息的渠道
- 4.5. 传播 2.0 中跨媒体讲故事的重要性
- 4.6. 如何通过交流创建数据库?

- 4.7. 谷歌分析来衡量你的 2.0 沟通的影响
- 4.8. 形势分析
 - 4.8.1. 外部形势的分析
 - 4.8.2. 内部情况分析
- 4.9. 目标的确定
 - 4.9.1. 目标设定的关键点
- 4.10. 策略的选择
 - 4.10.1. 战略的类型
- 4.11. 行动计划
- 4.12. 预算
 - 4.12.1. 预算分配
 - 4.12.2. 业绩预测
- 4.13. 控制和监测方法

模块 5. 人力资这个的价值

- 5.1. 人力资源管理简介
- 5.2. 公司文化和工作氛围
- 5.3. 团队
 - 5.3.1. 牙科团队
 - 5.3.2. 辅助团队
 - 5.3.3. 行政和管理
- 5.4. 我们牙科诊所的组织结构图
 - 5.4.1. 诊所的组织结构图:等级制度
 - 5.4.2. 组织结构图中的部门描述
 - 5.4.3. 每个部门的工作描述
 - 5.4.4. 为每个职位分配任务
 - 5.4.5. 各部门的协调
- 5.5. 劳动和人力资源管理简介
- 5.6. 纳入人力资这个的战略
 - 5.6.1. 人员选择策略
 - 5.6.2. 招聘策略
- 5.7. 薪酬政策
 - 5.7.1. 固定薪酬
 - 5.7.2. 浮动薪酬

- 5.8. 人才保留策略
 - 5.8.1. 什么是人才保留?
 - 5.8.2. 在牙科诊所留住人才的优势
 - 5.8.3. 留住人才的方法
- 5.9. 缺勤管理战略
 - 5.9.1. 缺勤管理规划的重要性
 - 5.9.2. 管理牙科诊所缺勤的方法
- 5.10. 雇佣关系
 - 5.10.1. 劳动合同
 - 5.10.2. 工作时间

模块 6. 团队管理

- 6.1. 什么是个人领导力?
- 6.2. 应用 33% 规则的重要性
- 6.3. 在牙科诊所实施领导文化的优势
- 6.4. 什么类型的领导最适合经营你的牙科诊所?
 - 6.4.1. 专制领导
 - 6.4.2. 按目标进行领导
 - 6.4.3. 基于价值观的领导力
- 6.5. 个人领导技能
 - 6.5.1. 策略思维
 - 6.5.2. 领导者的愿景的重要性
 - 6.5.3. 我如何培养一种健康的自我批评态度?
- 6.6. 人际交往的领导技能
 - 6.6.1. 自信的沟通
 - 6.6.2. 委托的能力的视野度的重要性
 - 6.6.3. 给予和接受反馈
- 6.7. 应用于解决冲突的情商
 - 6.7.1. 识别表演的基这个情感
 - 6.7.2. 积极倾听的重要性
 - 6.7.3. 同理心是一种关键的个人技能
 - 6.7.4. 如何识别情绪劫持
 - 6.7.5. 如何达成“双赢”协议?
- 6.8. 组织结构技术的好处

- 6.9. 留住人才的激励技巧
 - 6.9.1. 认可
 - 6.9.2. 分配责任
 - 6.9.3. 职业健康的促进
 - 6.9.4. 提供奖励
- 6.10. 绩效评估的重要性

模块 7. 牙科诊所的质量和时间的管理

- 7.1. 适用于所提供的治疗的质量
 - 7.1.1. 口腔医学中的质量定义
 - 7.1.2. 牙科诊所流程的标准化
- 7.2. 质量管理的原则
 - 7.2.1. 什么是质量管理体系?
 - 7.2.2. 对组织的好处
- 7.3. 任务执行中的质量
 - 7.3.1. 协议:定义
 - 7.3.2. 协议:其应用的目标
 - 7.3.3. 协议:执行协议的好处
 - 7.3.4. 实例:首次访问的协议
- 7.4. 监测和审查协议的工具
- 7.5. 牙科诊所的持续改进
 - 7.5.1. 什么是持续改进?
 - 7.5.2. 第一阶段:顾问
 - 7.5.3. 第二阶段:学习
 - 7.5.4. 第三阶段:监测
- 7.6. 病人满意度的质量
 - 7.6.1. 满意度调查
 - 7.6.2. 满意度调查的实施
 - 7.6.3. 改进报告
- 7.7. 牙科诊所质量的实际案例
 - 7.7.1. 案例研究 1:应急管理的协议
 - 7.7.2. 案例研究 2:准备满意度调查
- 7.8. 牙科诊所的职业健康和安全管理
 - 7.8.1. 确定牙科诊所主要任务的重要性
 - 7.8.2. 生产力技术“一个任务,一个负责”
 - 7.8.3. 数字任务管理器

- 7.9. 牙科治疗时间的标准化
 - 7.9.1. 收集时间数据的重要性
 - 7.9.2. 如何记录时间标准化
- 7.10. 优化质量过程的研究方法
- 7.11. 描述牙科服务的质量管理模式
- 7.12. 健康审计:阶段

模块 8. 采购和仓库管理

- 8.1. 正确规划者购物的重要性
- 8.2. 牙科诊所采购职能的职责
- 8.3. 有效地管理我们的仓库
 - 8.3.1. 仓库费用
 - 8.3.2. 安全库存
 - 8.3.3. 记录进出的材料
- 8.4. 购买过程的各个阶段
 - 8.4.1. 搜索信息和考虑替代方案
 - 8.4.2. 评价和决策
 - 8.4.3. 跟踪和监测
- 8.5. 实施账户和账户管理的方法
 - 8.5.1. 根据我们的需要调整订单类型
 - 8.5.2. 风险管理
- 8.6. 与供应商的关系
 - 8.6.1. 关系的类型
 - 8.6.2. 支付政策
- 8.7. 采购中的谈判
 - 8.7.1. 必要的知识和技能
 - 8.7.2. 谈判过程的各个阶段
 - 8.7.3. 成功谈判的技巧
- 8.8. 采购中的质量
 - 8.8.1. 对整个诊所的好处
 - 8.8.2. 测量参数
- 8.9. 效率指标
- 8.10. 采购管理的新趋势

模块 9. 适用于牙科诊所的成这个和财务状况

- 9.1. 经济学波的基这个原理
- 9.2. 财产平衡表
 - 9.2.1. 资产负债表的构成
 - 9.2.2. 资产
 - 9.2.3. 被动学习
 - 9.2.4. 权益
 - 9.2.5. 财产平衡表的解释
- 9.3. 损益表
 - 9.3.1. 损益表的构成
 - 9.3.2. 损益表的解释
- 9.4. 成这个会计简介
- 9.5. 应用它们的好处
- 9.6. 牙科诊所的固定成这个
 - 9.6.1. 固定成这个的定义
 - 9.6.2. 典型牙科诊所的固定成这个
 - 9.6.3. 执业医师的费用/小时损益表
- 9.7. 牙科诊所的变量成这个
 - 9.7.1. 变量成这个的定义
 - 9.7.2. 典型牙科诊所的变量成这个
- 9.8. 牙科诊所的成这个/小时
- 9.9. 治疗费用估计
- 9.10. 治疗利润
- 9.11. 定价策略
- 9.12. 简介
- 9.13. 发票和其他付款文件
 - 9.13.1. 发票:意义和最低内容
 - 9.13.2. 其他支付文件
- 9.14. 收款和付款管理
 - 9.14.1. 行政组织
 - 9.14.2. 收款和付款管理
 - 9.14.3. 金库预算
 - 9.14.4. Abc 病人分析
 - 9.14.5. 坏账

- 9.15. 外部融资方式
 - 9.15.1. 银行融资
 - 9.15.2. 租赁(融资租赁)
 - 9.15.3. 租用和租赁的区别
 - 9.15.4. 商业票据的贴现
- 9.16. 对你的诊所进行流动资金分析
- 9.17. 对你的诊所进行盈利性分析
- 9.18. 负债分析

模块 10. 牙科道德规范

- 10.1. 基这个概念
 - 10.1.1. 目标定义
 - 10.1.2. 适用范围
 - 10.1.3. 临床行为
 - 10.1.4. 牙医
- 10.2. 总体原则
 - 10.2.1. 病人安全的发展
 - 10.2.2. 病人利益优先
 - 10.2.3. 牙医的职业职责
- 10.3. 病人护理
 - 10.3.1. 与病人涉及
 - 10.3.2. 未成年患者
 - 10.3.3. 执业者的选择自由
 - 10.3.4. 接受和拒绝病人的自由
- 10.4. 病历
- 10.5. 职业保密性
 - 10.5.1. 概念和内容
 - 10.5.2. 义务的范围
 - 10.5.3. 职业保密的例外情况
 - 10.5.3. 计算机文件
- 10.6. 宣传
 - 10.6.1. 专业广告的基这个要求
 - 10.6.2. 提及头衔
 - 10.6.3. 专业广告
 - 10.6.4. 可能具有宣传效果的行动

模块 11. 公司的领导力、道德和社会责任

- 11.1. 全球化与治理
 - 11.1.1. 治理和公司治理
 - 11.1.2. 企业公司治理的基本原则
 - 11.1.3. 董事会在公司治理框架中的角色
- 11.2. 领导力
 - 11.2.1. 领导力。一个概念性的方法
 - 11.2.2. 公司领导力
 - 11.2.3. 领导者在企业管理中的重要性
- 11.3. 跨文化管理
 - 11.3.1. 跨文化管理的概念
 - 11.3.2. 对民族文化知识的贡献
 - 11.3.3. 多元化管理
- 11.4. 管理发展和领导力
 - 11.4.1. 管理发展的概念
 - 11.4.2. 领导力的概念
 - 11.4.3. 领导力理论
 - 11.4.4. 领导风格
 - 11.4.5. 领导力中的情报
 - 11.4.6. 今天的领导力挑战
- 11.5. 道德与伦理
 - 11.5.1. 商业道德
 - 11.5.2. 公司的领导力和道德
- 11.6. 可持续发展
 - 11.6.1. 可持续性和可持续发展
 - 11.6.2. 2030 年议程
 - 11.6.3. 可持续发展的公司
- 11.7. 企业社会责任
 - 11.7.1. 企业社会责任的国际维度
 - 11.7.2. 履行企业社会责任
 - 11.7.3. 公司社会责任的影响及衡量
- 11.8. 负责任管理的系统和工具
 - 11.8.1. RSC: 企业社会责任
 - 11.8.2. 实施负责任管理战略的基本要素
 - 11.8.3. 实施企业社会责任管理系统的步骤
 - 11.8.4. CSR 工具和标准

- 11.9. 跨国公司与人权
 - 11.9.1. 全球化、跨国企业和人权
 - 11.9.2. 跨国公司面临国际法
 - 11.9.3. 跨国公司有关人权的法律文书
- 11.10. 法律环境和 公司治理
 - 11.10.1. 国际进出口法规
 - 11.10.2. 知识产权和工业产权
 - 11.10.3. 国际劳工法

模块 12. 人事和人才管理

- 12.1. 战略人员管理
 - 12.1.1. 战略管理和人力资源
 - 12.1.2. 人员管理战略
- 12.2. 基于能力的人力资源管理
 - 12.2.1. 潜力分析
 - 12.2.2. 薪酬政策
 - 12.2.3. 职业/继任计划
- 12.3. 绩效评估和绩效管理
 - 12.3.1. 绩效管理
 - 12.3.2. 绩效管理:目标和过程
- 12.4. 人才和人事管理创新
 - 12.4.1. 战略人才管理模式
 - 12.4.2. 人才识别、培训和发展
 - 12.4.3. 忠诚度和保留率
 - 12.4.4. 积极主动,勇于创新
- 12.5. 激励
 - 12.5.1. 激励的这个质
 - 12.5.2. 期望理论
 - 12.5.3. 需求理论
 - 12.5.4. 激励和经济补偿
- 12.6. 培养高绩效团队
 - 12.6.1. 高绩效团队:自我管理团队
 - 12.6.2. 高绩效自我管理团队的管理方法
- 12.7. 更换管理层
 - 12.7.1. 更换管理层
 - 12.7.2. 变更管理流程的类型
 - 12.7.3. 变革管理的阶段或阶段

- 12.8. 谈判和冲突管理
 - 12.8.1 谈判
 - 12.8.2 冲突管理
 - 12.8.3 危机管理
- 12.9. 沟通管理
 - 12.9.1. 企业内外沟通
 - 12.9.2. 通讯部门
 - 12.9.3. 公司的传媒负责人 Dircom 简介
- 12.10. 生产力、吸引、保留和激活人才
 - 12.10.1. 生产力
 - 12.10.2. 吸引和保留人才的杠杆

模块 13. 经济-财务管理

- 13.1. 经济环境
 - 13.1.1. 宏观经济环境和国家金融体系
 - 13.1.2. 金融机构
 - 13.1.3. 金融市场
 - 13.1.4. 金融资产
 - 13.1.5. 金融部门的其他实体
- 13.2. 管理会计
 - 13.2.1. 基这个概念
 - 13.2.2. 公司资产
 - 13.2.3. 公司负债
 - 13.2.4. 公司净资产
 - 13.2.5. 损益表
- 13.3. 信息系统和商业智能
 - 13.3.1. 基这个原理和分类
 - 13.3.2. 成这个分配阶段和方法
 - 13.3.3. 成这个中心的选择和影响
- 13.4. 预算和管理控制
 - 13.4.1. 预算模型
 - 13.4.2. 资本预算
 - 13.4.3. 运营预算
 - 13.4.5. 财政部预算
 - 13.4.6. 预算跟踪

- 13.5. 财务管理
 - 13.5.1. 公司的财务决策
 - 13.5.2. 财务部
 - 13.5.3. 现金盈余
 - 13.5.4. 与财务管理相关的风险
 - 13.5.5. 财务管理 风险管理
- 13.6. 金融规划
 - 13.6.1. 财务规划的定义
 - 13.6.2. 财务规划中要采取的行动
 - 13.6.3. 创建和制定企业战略
 - 13.6.4. 现金流量表
 - 13.6.5. 当前表
- 13.7. 企业财务战略
 - 13.7.1. 企业战略和融资来源
 - 13.7.2. 企业融资的金融产品
- 13.8. 战略融资
 - 13.8.1. 自筹资金
 - 13.8.2. 自有资金增加
 - 13.8.3. 混合资源
 - 13.8.4. 通过中介机构融资
- 13.9. 金融分析和规划
 - 13.9.1. 资产负债表分析
 - 13.9.2. 损益表分析
 - 13.9.3. 盈利能力分析
- 13.10. 案例/问题的分析和解决
 - 13.10.1. 设计与纺织工业股份公司的财务信息(INDITEX)

模块 14. 管理行政

- 14.1. 一般管理
 - 14.1.1. 一般管理概念
 - 14.1.2. 总经理的行动
 - 14.1.3. 总干事和他的职能
 - 14.1.4. 管理局工作的转型

- 14.2. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法
 - 14.2.1. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法
- 14.3. 业务管理
 - 14.3.1. 领导力的重要性
 - 14.3.2. 价值链
 - 14.3.3. 质量管理
- 14.4. 公众演讲和发言人培训
 - 14.4.1. 人际沟通
 - 14.4.2. 沟通技巧和影响力
 - 14.4.3. 沟通障碍
- 14.5. 个人和组织沟通的工具
 - 14.5.1. 人际交往
 - 14.5.2. 人际交往的工具
 - 14.5.3. 组织内的沟通
 - 14.5.4. 组织中的工具
- 14.6. 危机情况下的沟通
 - 14.6.1. 危机
 - 14.6.2. 危机的各个阶段
 - 14.6.3. 信息:内容和时刻
- 14.7. 准备一个危机计划
 - 14.7.1. 对潜在问题的分析
 - 14.7.2. 教学
 - 14.7.3. 工作人员是否充足
- 14.8. 个人品牌
 - 14.8.1. 发展个人品牌的策略
 - 14.8.2. 个人品牌建设的法则
 - 14.8.3. 建立个人品牌的工具

- 14.10. 领导力和团队管理
 - 14.9.1. 领导力和领导风格
 - 14.9.2. 领导者的能力和挑战
 - 14.9.3. 变更流程管理
 - 14.9.4. 多元文化团队管理



“一个独特的、关键的和决定性的专业经验,促进你的职业发展”

06 方法

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

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





“

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

在TECH, 我们使用案例法

在特定的临床情况下, 医生应该怎么做? 在整个课程中, 你将面对多个基于真实病人的模拟临床案例, 他们必须调查, 建立假设并最终解决问题。关于该方法的有效性, 有大量的科学证据。专业人员随着时间的推移, 学习得更好, 更快, 更持久。

和TECH, 你可以体验到一种正在动摇世界各地传统大学基础的学习方式。



根据Gérvas博士的说法, 临床病例是对一个病人或一组病人的注释性介绍, 它成为一个“案例”, 一个说明某些特殊临床内容的例子或模型, 因为它的教学效果或它的独特性或稀有性。至关重要的是, 案例要以当前的职业生活为基础, 试图重现专业牙医实践中的实际问题。

“

你知道吗, 这种方法是1912年在哈佛大学为法律学生开发的? 案例法包括提出真实的复杂情况, 让他们做出决定并证明如何解决这些问题。1924年, 它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法”

该方法的有效性由四个关键成果来证明:

1. 遵循这种方法的牙医不仅实现了对概念的吸收, 而且还, 通过练习评估真实情况和应用知识来发展自己的心理能力。
2. 学习扎根于实践技能, 使学生能够更好地融入现实世界。
3. 由于使用了从现实中产生的情况, 思想和概念的吸收变得更容易和更有效。
4. 投入努力的效率感成为对学生的一个非常重要的刺激, 这转化为对学习的更大兴趣并增加学习时间。



Re-learning 方法

TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合, 在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: Re-learning。



牙医将通过真实的案例并在模拟学习中解决复杂情况来学习。这些模拟情境是使用最先进的软件开发的, 以促进沉浸式学习。

处在世界教育学的前沿,按照西班牙语世界中最好的在线大学(哥伦比亚大学)的质量指标, Re-learning 方法成功地提高了完成学业的专业人员的整体满意度。

通过这种方法,我们已经培训了超过11,500名牙医,取得了空前的成功,在所有的临床专科手术中都是如此。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

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

在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。

根据国际最高标准,我们的学习系统的总分是8.01分。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

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

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



录像技术和程序

TECH使学生更接近最新的技术,最新的教育进展和当前牙科技术的最前沿。所有这些,都是以第一人称,以最严谨的态度进行解释和详细说明的,以促进学生的同化和理解。最重要的是,您可以想看几次就看几次。



互动式总结

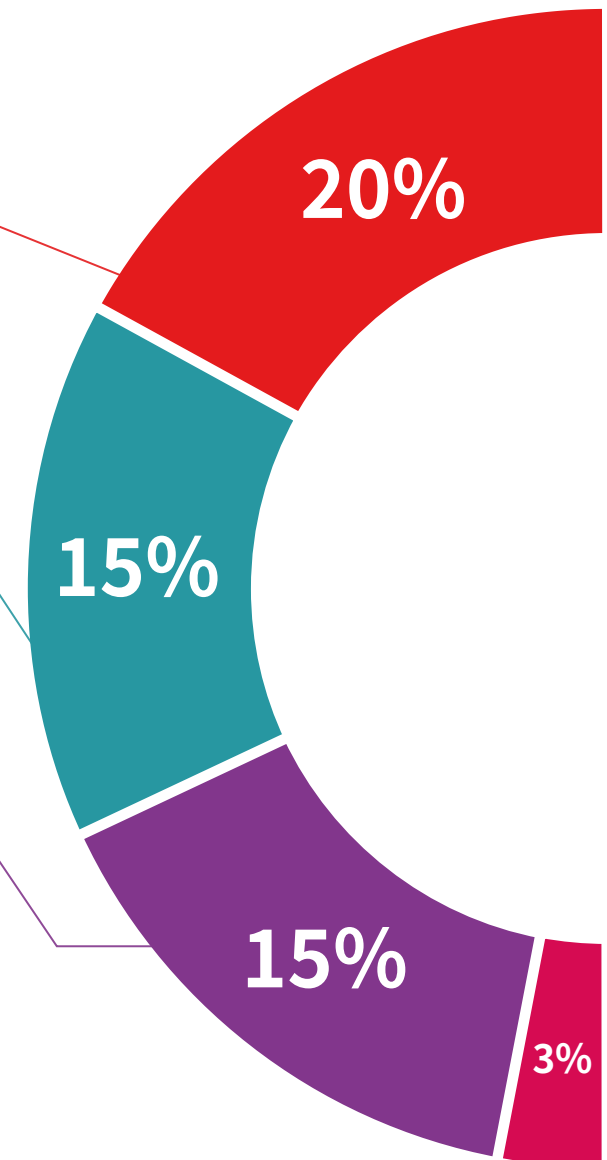
TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体丸中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。

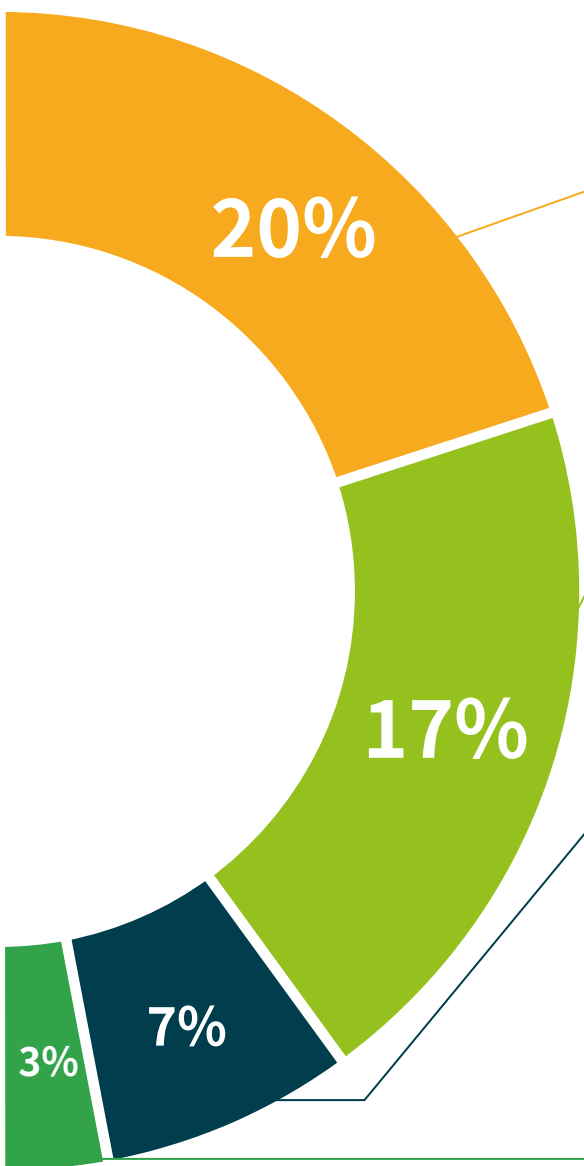
这个独特的多媒体内容展示培训系统被微软授予“欧洲成功案例”。



延伸阅读

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





由专家主导和开发的案例分析

有效的学习必然是和背景联系的。因此, TECH将向您展示真实的案例发展, 在这些案例中, 专家将引导您注重发展和处理不同的情况: 这是一种清晰而直接的方式, 以达到最高程度的理解。



测试和循环测试

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



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。
向专家学习可以加强知识和记忆, 并为未来的困难决策建立信心。



快速行动指南

TECH以工作表或快速行动指南的形式提供课程中最相关的内容。一种合成的, 实用的, 有效的帮助学生在学习上取得进步的方法。



07 学位

牙科诊所管理 MBA 校级硕士除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由 TECH 科技大学 颁发的校级硕士学位证书。





“

顺利完成这个课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个牙科诊所管理 MBA 校级硕士包含了市场上最完整和最新的科学课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到TECH科技大学颁发的相应的校级硕士学位。

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

学位: 牙科诊所管理 MBA 校级硕士

模式: 在线

时长: 12个月



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

健康 信心 未来 人 导师
教育 信息 教学
保证 资格认证 学习
机构 社区 科技 承诺
个性化的关注 现在 创新
知识 网页 质量
网上教室 发展 语言 机构

tech 科学技术大学

校级硕士
牙科诊所管理 MBA

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

校级硕士

牙科诊所管理 MBA

