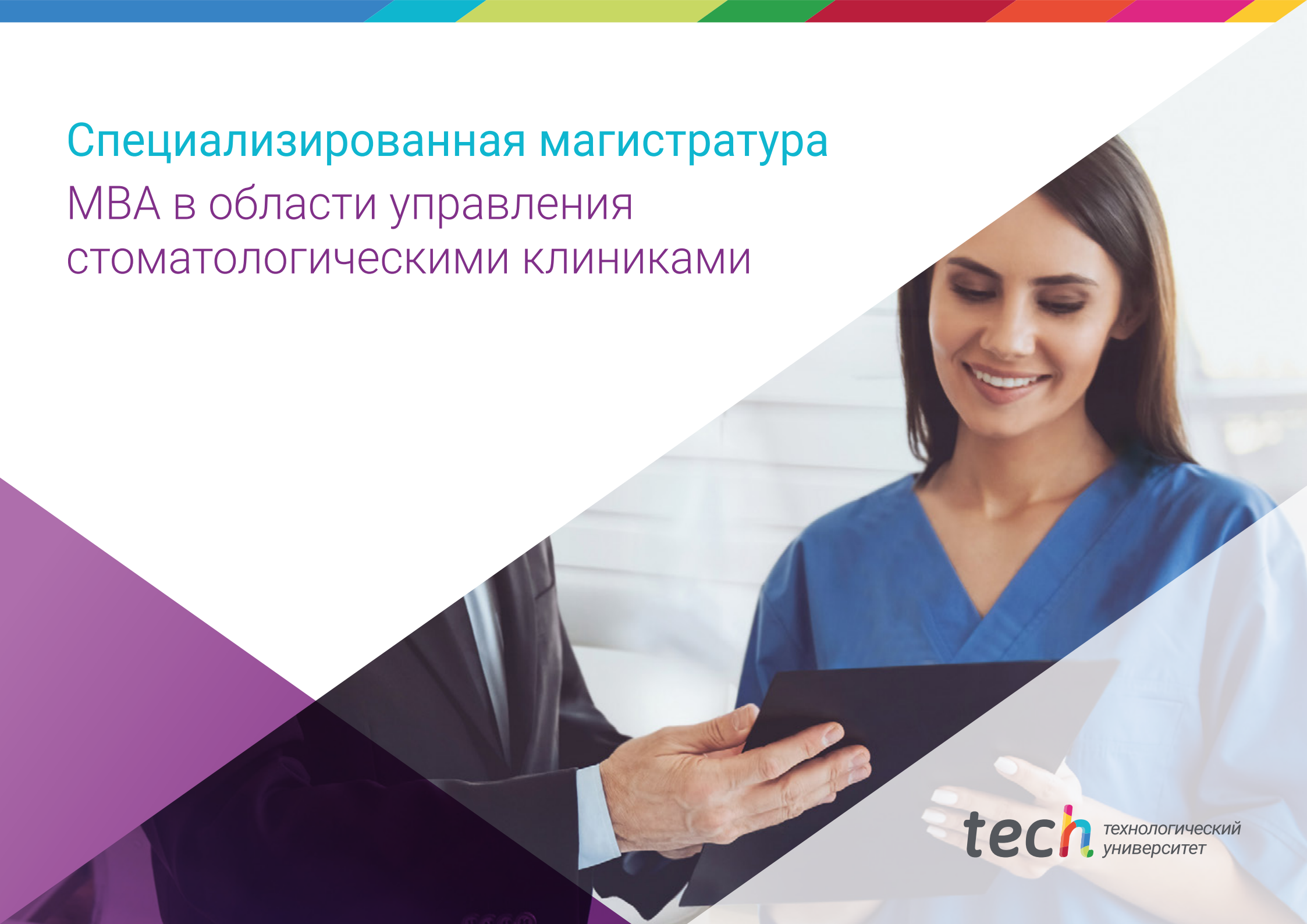


Специализированная магистратура

МВА в области управления
стоматологическими клиниками





Специализированная магистратура

МВА в области управления
стоматологическими клиниками

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/dentistry/professional-master-degree/master-mba-dental-clinic-management-administration

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Руководство курса

стр. 18

05

Структура и содержание

стр. 42

06

Методология

стр. 52

07

Квалификация

стр. 60

01

Презентация

Рост числа выпускников стоматологических ВУЗов и увеличение количества стоматологических клиник, появившихся в последние годы, сделал клинично-стоматологический сектор одним из самых конкурентных рынков, существующих на сегодняшний день. По этой причине профильному стоматологу необходимо также взять на себя роль менеджера и директора своей стоматологической клиники, а также овладеть знаниями в области управления бизнесом и управления командой, которые будут гарантировать непрерывность его собственного бизнеса.



“

Совершенствуйте свои знания в области управления стоматологической клиникой с помощью этой программы, где вы найдете лучший учебный материал с реальными примерами из практики. Узнайте здесь о последних достижениях в управлении клиникой, чтобы иметь возможность руководить качественными стоматологическими центрами”

Управление стоматологическими клиниками в последние годы вызывает все больший интерес, особенно у тех профессионалов, которые осознали важность умения правильно управлять всеми ресурсами, имеющимися в их стоматологической клинике, чтобы превратить ее в бизнес с будущим, с преимуществом, которая может быть обеспечена только путем применения соответствующих рычагов управления бизнесом.

В этих новых условиях особое внимание уделяется стоматологической практике как организационной структуре, и необходимо рассмотреть и освоить все области управления и руководства: человеческие ресурсы, маркетинг, качество, управление временем, планирование и стратегия, бухгалтерский учет и затраты и т.д.

Прикладной и структурированный подход к содержанию программы позволяет студентам приобрести способность решать свои рабочие задачи с точки зрения управления и лидерства, что дает им явное преимущество для достижения успеха в условиях жесткой конкуренции в стоматологическом секторе.

Программа рассчитана на онлайн-специализацию, эквивалентную 2700 часам обучения, а все теоретические и практические знания представлены через кейсы, непосредственно связанные с проблемами, с которыми ежедневно сталкивается менеджер стоматологической клиники.

Данный **MBA курс в области управления стоматологическими клиниками** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов по управлению и лидерству, представленных экспертами в области управления стоматологической клиникой
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет строгую и ориентированную информацию по тем сферам, которые необходимы для профессиональной практики управления
- ♦ Практические упражнения, в которых процесс самоконтроля может быть использован для улучшения эффективности обучения
- ♦ Интерактивная система обучения
- ♦ Все вышеперечисленное дополняют теоретические занятия, вопросы к эксперту, дискуссионные форумы по спорным вопросам и индивидуальная работа по закреплению материала
- ♦ Доступ к учебным материалам с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Каждая компания должна решить, где и с кем она ведет игру, какими ресурсами располагает и что намерена от этого получить"

“

Эта Специализированная магистратура - лучшая инвестиция в выбор программы повышения квалификации по двум причинам: помимо обновления знаний в области менеджмента и управления стоматологической клиникой, вы получите диплом ТЕСН Технологического университета”

В преподавательский состав входят профессионалы в области менеджмента и управления стоматологическими клиниками, которые привносят в эту программу опыт своей работы, а также признанные специалисты ведущих компаний, как в данном секторе, так и в смежных сферах.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом ситуации и контекста, т.е. в такой среде, которая обеспечит погружение в учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

В основе этой программы лежит проблемно-ориентированное обучение, с помощью которого менеджер должен попытаться решить различные ситуации профессиональной практики, возникающие на протяжении всей программы. В этом специалисту поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами в области управления и руководства стоматологическими клиниками и имеющая большой опыт преподавания.

Узнайте о последних тенденциях в управлении стоматологической клиникой.

Развивайте свои управленческие навыки в рамках этой магистратуры и совершенствуйте свои профессиональные качества.



02

Цели

Программа в области управления стоматологическими клиниками призвана способствовать вашему личностному и профессиональному росту.





“

Основная цель этой программы — способствовать вашему личностному и профессиональному росту, помогая вам достичь успеха в качестве руководителя стоматологическими клиниками”



Общие цели

- ♦ Использовать теоретические, методологические и аналитические инструменты для оптимального управления и руководства собственным клинико-стоматологическим бизнесом, эффективно дифференцируя себя в условиях жесткой конкуренции
- ♦ Применять навыки стратегии и видения для содействия выявлению новых возможностей для бизнеса
- ♦ Способствовать приобретению личных и профессиональных навыков, которые побуждают студентов с большей уверенностью и решительностью браться за реализацию собственных бизнес-проектов, как в случае начала создания собственного клинико-стоматологического бизнеса, так и в случае внедрения инноваций в модели управления и развития клинико-стоматологического бизнеса, который у них уже есть
- ♦ Повышайте профессионализм в клинико-стоматологическом секторе путем непрерывного и специального обучения в области менеджмента и управления бизнесом.



Совершенствуйте свои знания с помощью программы "Менеджмент и управление стоматологической клиникой"



Конкретные цели

Модуль 1. Столпы управления стоматологическими клиниками

- ♦ Ознакомиться с терминологией и концепциями, характерными для области менеджмента и управления бизнесом, с целью их эффективного применения в клинико-стоматологическом бизнесе
- ♦ Выявить и проанализировать ключевые моменты историй успеха бизнес-модели ведущих стоматологических клиник в секторе, с целью повышения мотивации, вдохновения и стратегического мышления будущих менеджеров

Модуль 2. Проектирование стоматологической клиники

- ♦ Научиться эффективно определять и описывать ценностное предложение стоматологического бизнеса в качестве прочной основы для создания последующей стратегии маркетинга и продаж
- ♦ Изучить метод валидации для создания и инновации бизнес-моделей, наиболее часто используемых во всех секторах бизнеса, с практическим и конкретным применением в клинико-стоматологическом секторе

Модуль 3. Введение в маркетинг

- ♦ Описать язык, концепции, инструменты и логику маркетинга как ключевого направления деятельности для роста и позиционирования клинико-стоматологического бизнеса

Модуль 4. Маркетинг 2.0

- ♦ Углубиться в инструменты цифровой коммуникации, которыми необходимо овладеть в эпоху 2.0, чтобы донести ценностное предложение стоматологической клиники до целевых пациентов по наиболее подходящим каналам
- ♦ Разработать целевые маркетинговые и коммуникационные кампании, способные измерить их воздействие с помощью легко интерпретируемых показателей

Модуль 5. Ценность человеческого капитала

- ♦ Приобрести навыки управления, основанные на лидерстве, которые способствуют эффективному общению с коллективом, благоприятствуя созданию здоровой рабочей среды, ориентированной на общие цели и достижение результатов
- ♦ Изучите фундаментальные концепции управления человеческими ресурсами, чтобы руководить процессами подбора персонала и защищать таланты команды, осуществляющую стоматологическую практику
- ♦ Узнайте, как распределять задачи в соответствии с определением роли, способствуя созданию здоровой, сбалансированной и продуктивной рабочей среды

Модуль 6. Управление командами

- ♦ Разработать эффективный метод управления командой, принятия решений и разрешения конфликтов, основанный на модели эмоционального интеллекта и технике организационного коучинга
- ♦ Обдумать характеристики лидера в организациях и повысить управленческие компетенции для успешного лидерства, применяя новейшие методы коучинга и эмоционального интеллекта

Модуль 7. Качество и управление временем

в стоматологической практике

- ♦ Разработать рабочие процедуры, ориентированные на модель производительности и качества для стоматологической клиники, основанную на философии непрерывного совершенствования
- ♦ Использовать цифровые инструменты, которые облегчают эффективное планирование и управление задачами стоматологической клиники, что приводит к значительной экономии средств в краткосрочной перспективе

Модуль 8. Управление закупками и складом

- ♦ Использовать инструменты и рабочие процедуры, необходимые для оптимального управления закупками и запасами ресурсов, которое позволит избежать непроизводительного потока расходов
- ♦ Развивать навыки ведения переговоров с поставщиками, клиентами и руководством коллектива, ориентируясь на результаты Win-Win

Модуль 9. Затраты и финансы, применяемые

в стоматологических клиниках

- ♦ Освоить основные финансовые инструменты для принятия ключевых решений на основе объективных данных
- ♦ Приобрести важные знания по анализу затрат для того, чтобы понять текущее состояние вашей компании с точки зрения прибыльности и уметь определять сценарии будущего

Модуль 10. Стоматологическая этика

- ♦ Объяснить основные моральные обязанности и обязательства, связанные с развитием стоматологического специалиста в бизнес-

среде, уделяя основное внимание работе с пациентом

Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- ♦ Проанализировать влияние глобализации на корпоративное управление и корпоративную социальную ответственность
- ♦ Оценить значимости эффективного лидерства в управлении и успехе компаний
- ♦ Определить стратегии кросс-культурного менеджмента и их актуальность в различных бизнес-средах.
- ♦ Развить лидерские навыки и понять современные проблемы, стоящие перед лидерами
- ♦ Определить принципы и практику деловой этики и их применение в принятии корпоративных решений
- ♦ Структурировать стратегии внедрения и повышения устойчивости и социальной ответственности в бизнесе

Модуль 12. Управление персоналом и талантами

- ♦ Определить взаимосвязь между стратегическим менеджментом и управлением человеческими ресурсами
- ♦ Углубиться в компетенции, необходимые для эффективного управления человеческими ресурсами по компетенциям
- ♦ Освоить методики оценки эффективности и управления эффективностью
- ♦ Интегрировать инновации в управлении талантами и их влияние на удержание и лояльность персонала
- ♦ Разработать стратегии мотивации и развития высокоэффективных команд
- ♦ Предложить эффективные решения по управлению изменениями и разрешению конфликтов в организациях





Модуль 13. Финансово-экономическое управление

- ♦ Анализировать макроэкономическую среду и ее влияние на национальную и международную финансовую систему
- ♦ Определять информационные системы и Business Intelligence для принятия финансовых решений
- ♦ Различать ключевые финансовые решения и управление рисками в финансовом менеджменте
- ♦ Оценить стратегии финансового планирования и получения финансирования бизнеса

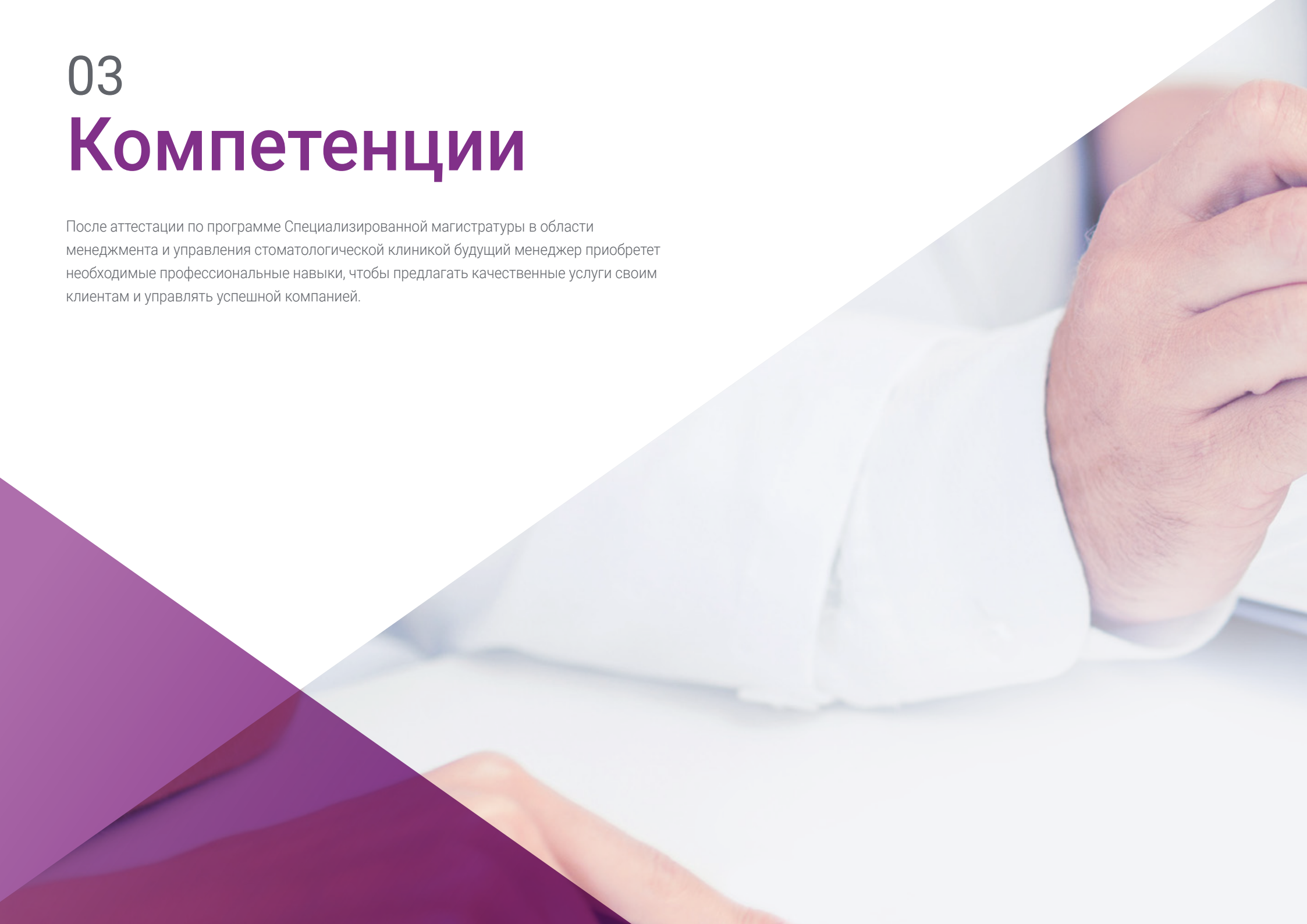
Модуль 14. Управленческий менеджмент

- ♦ Определить понятие общего менеджмента и его значение для управления бизнесом
- ♦ Оценить роль и ответственность руководства в организационной культуре
- ♦ Анализировать важность управления операциями и управления качеством в цепочке создания стоимости
- ♦ Развить навыки межличностного общения и публичных выступлений для подготовки пресс-секретарей

03

Компетенции

После аттестации по программе Специализированной магистратуры в области менеджмента и управления стоматологической клиникой будущий менеджер приобретет необходимые профессиональные навыки, чтобы предлагать качественные услуги своим клиентам и управлять успешной компанией.



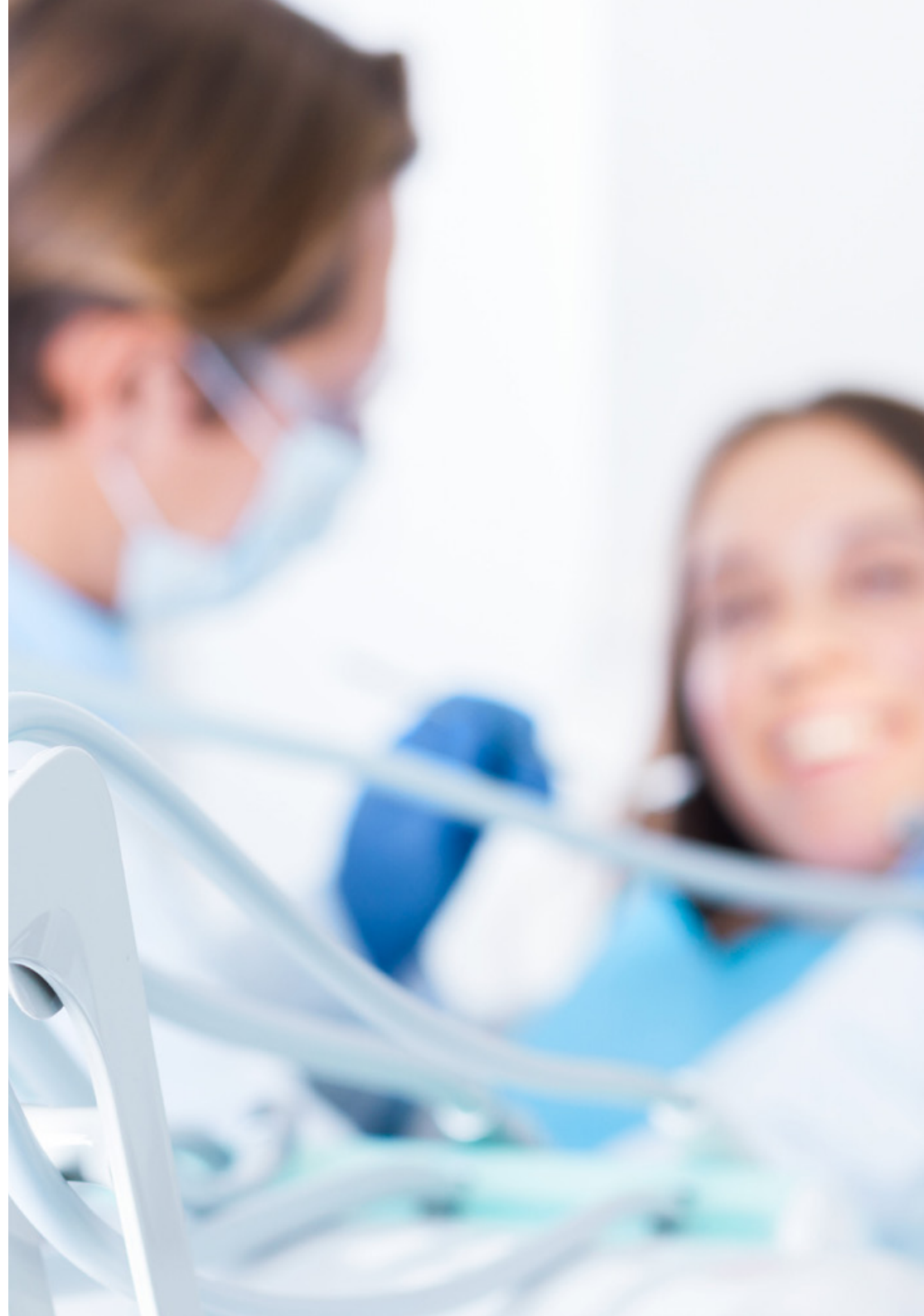
“

Мы будем с вами в процессе создания и развития вашего бизнеса, чтобы он стал солидным проектом с перспективами роста”



Общие профессиональные навыки

- ♦ Усвоить и осмыслить знания, которые дадут студенту возможность проявить оригинальность в разработке бизнес-модели
- ♦ Применять методы, стратегии и навыки решения проблем в новых или незнакомых условиях в междисциплинарных контекстах, связанных со стоматологическим сектором
- ♦ Выполнять анализ и синтез и тем самым совершенствовать свои навыки принятия решений в области управления бизнесом
- ♦ Сообщать о своих выводах ясным и недвусмысленным образом





Профессиональные навыки

- ♦ Определить приоритетность роли каждого из членов команды в стоматологической клинике
- ♦ Должным образом управлять существующими стратегиями по приему на работу, поощрению и привлечению талантов в области человеческого капитала
- ♦ Эффективно применять методы подбора кадров для управления платежной ведомостью и, таким образом, добиваться правильной организации оплаты труда членов команды стоматологической клиники
- ♦ Определить протоколы действий, которые позволяют правильно выполнять задачи в стоматологической клинике, включая средства мониторинга для контроля и оценки применения этих протоколов
- ♦ Проводить опросы уровня удовлетворенности для разработки и внедрения улучшений, отвечающих потребностям пациентов стоматологической клиники
- ♦ Выявить виды затрат, которые возникают в стоматологической практике, чтобы рассчитать стоимость часа работы врача и установить надлежащее ценообразование
- ♦ Рассчитать основные коэффициенты реализуемости проекта по созданию стоматологической клиники
- ♦ Выявлять и предвидеть новые тенденции в управлении стоматологическим сектором
- ♦ Уметь разработать оптимальную бизнес-стратегию в соответствии с целями, которые необходимо достичь
- ♦ Уметь управлять командой в стоматологическом секторе
- ♦ Организовать и внедрить функцию закупок в клинике
- ♦ Определять и оценивать процесс отбора поставщиков, закупок и поставок, помогая обеспечить поток материалов, необходимых для нормальной работы клиники
- ♦ Эффективно контролировать фонды, тем самым улучшая управление основным капиталом
- ♦ Вести грамотные и понятные переговоры для получения наиболее выгодных условий для правильного развития стоматологической практики
- ♦ Развивать стоматологическую профессию на этических и моральных основах

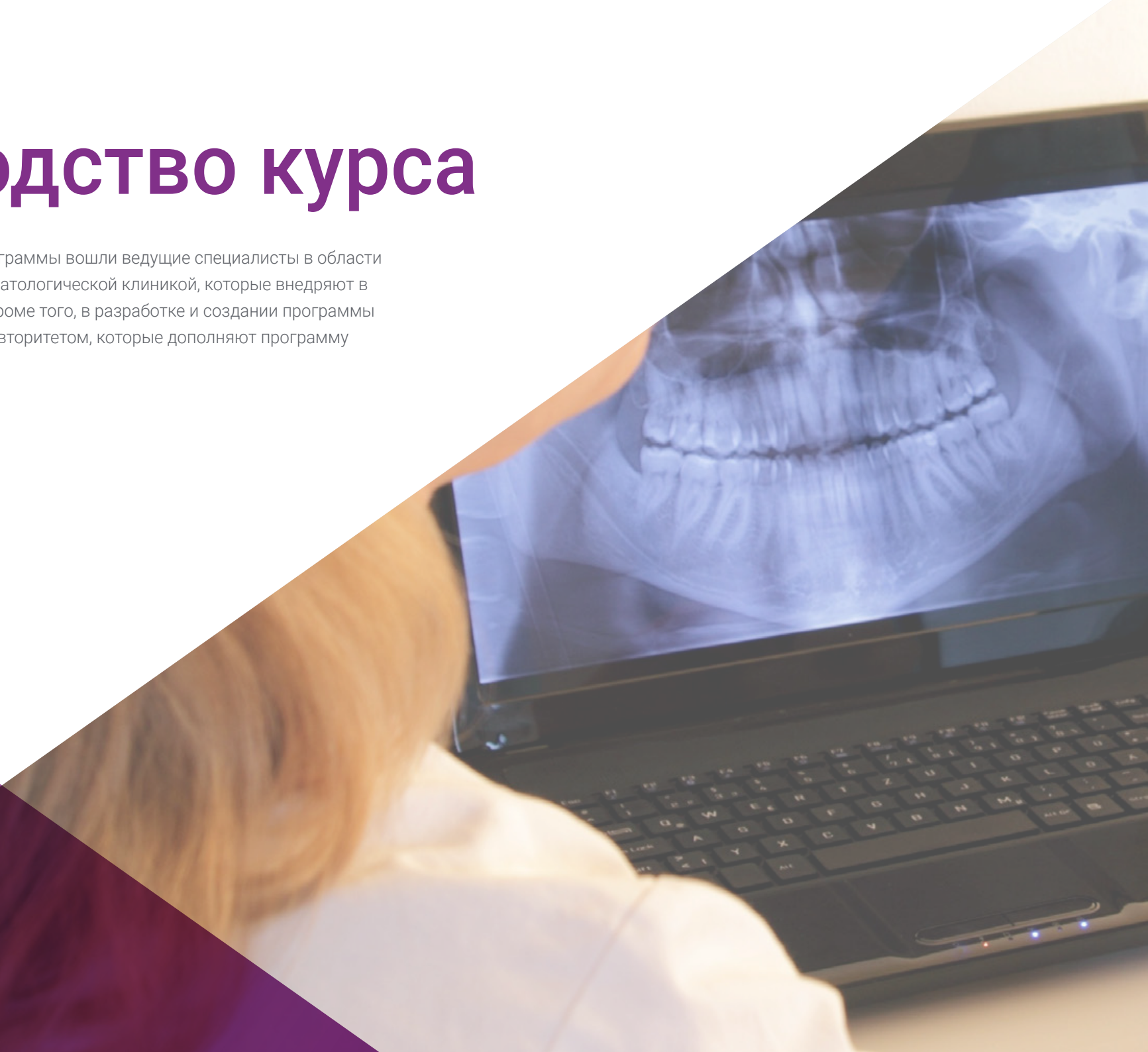


По мере того как меняется мир бизнеса, растет и потребность в определенных навыках управления. Именно поэтому каждый руководитель или начинающий менеджер должен постоянно обновлять и совершенствовать свои управленческие навыки"

04

Руководство курса

В преподавательский состав программы вошли ведущие специалисты в области менеджмента и управления стоматологической клиникой, которые внедряют в нее опыт собственной работы. Кроме того, в разработке и создании программы участвуют люди с признанным авторитетом, которые дополняют программу междисциплинарным подходом.





“

Узнайте от ведущих специалистов о последних достижениях в области менеджмента и управления стоматологической клиникой”

Приглашенный руководитель международного уровня

Чири Хейрс-Александр является специалистом по управлению здравоохранением с большим опытом управления деятельностью медицинских учреждений. Будучи директором Семейного медицинского центра Вустера, США, она работала над улучшением здоровья и благосостояния жителей Вустера. В частности, она предлагает свою помощь культурно разнообразным группам населения, обеспечивая доступ к социальным услугам и первичной медицинской помощи. Ее цель заключается в обеспечении доступного, качественного и комплексного обслуживания, независимо от платежеспособности пациентов.

Благодаря своей постоянной приверженности идее общественного здравоохранения она выступает за то, чтобы медицинские услуги и политика были направлены на обеспечение благополучия и качества жизни. В связи с этим она занимала должность помощника директора по управлению медицинской клиникой в центре здоровья Brockton Neighbourhood. На этой должности она развивала свои навыки в области координации деятельности медицинских центров.

Будучи специалистом в этой области, Хейрс-Александр стремится обеспечить эффективное управление здравоохранением, основанное на новейших организационных инструментах и стратегиях. Поэтому она работает в самых разных областях, направленных на укрепление здоровья и профилактику заболеваний в сообществах. В соответствии с этим в 2020 году она участвовала в вакцинации во время пандемии COVID-19, обеспечивая доступ всех людей к иммунизации против этого заболевания.

Среди ее основных функций было сотрудничество в программах профилактики заболеваний и пропаганды здоровых привычек. Чири Хейрс-Александр занимает должность помощника директора и главного операционного директора в Гарвардской школе стоматологии. На этой должности она отвечает за управление повседневной деятельностью и работой вспомогательного персонала центра.



Г-жа Хейрс-Александре, Чири

- ♦ Главный операционный директор Гарвардской стоматологической школы, Бостон, США
- ♦ Основатель компании Orchids in Bloom Credentialing
- ♦ Директор по клиническим операциям в Семейном центре здоровья в Вустере, США
- ♦ Помощник директора по управлению медицинской клиникой в центре здоровья Brockton Neighborhood
- ♦ Координатор по проверке полномочий в Stamford Health
- ♦ Специалист по проверке полномочий в NextGen Healthcare
- ♦ Координатор операций в сфере здравоохранения в Центре восстановления вен, корпоративная медицинская индустрия
- ♦ Клинический ассистент в больнице Стэмфорда
- ♦ Степень магистра общественного здравоохранения в Университете Южного Нью-Гэмпшира
- ♦ Степень бакалавра в области управления здравоохранением в Государственном колледже Чартер Оук

“

Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”

Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер Дав является экспертом в области рекрутинга и технологической стратегии. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка Fortune 50, таких как NBCUniversal и Comcast. Ее послужной список позволил ей добиться успеха в конкурентной среде с высокими темпами роста.

В качестве вице-президента по привлечению талантов в Mastercard она курирует стратегию и реализацию программы привлечения талантов, сотрудничая с бизнес-лидерами и отделом кадров для достижения операционных и стратегических целей найма. В частности, она стремится создать разнообразные, инклюзивные и высокопроизводительные команды, которые будут способствовать инновациям и росту продуктов и услуг компании. Кроме того, она является экспертом в использовании инструментов для привлечения и удержания лучших специалистов со всего мира. Она также отвечает за усиление бренда и ценностного предложения Mastercard через публикации, мероприятия и социальные сети.

Дженнифер Дав демонстрирует свое стремление к постоянному профессиональному развитию, активно участвуя в работе сетей HR-специалистов и принимая участие в принятии на работу большого количества сотрудников в различных компаниях. Получив степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами, она занимала руководящие должности в сфере рекрутинга в компаниях различных направлений.

Она получила признание за способность руководить организационными преобразованиями, внедрять технологии в процессы подбора персонала и разрабатывать программы для руководителей, которые готовят учреждения к предстоящим испытаниям. Она также успешно реализовала оздоровительные программы, которые значительно повысили удовлетворенность сотрудников и их удержание.



Г-жа Дав, Дженнифер

- Вице-президент по поиску талантов в Mastercard, Нью-Йорк, США
- Директор по привлечению талантов в NBCUniversal, Нью-Йорк, США
- Руководитель отдела по подбору персонала в Comcast
- Директор по подбору персонала в Rite Hire Advisory
- Исполнительный вице-президент отдела продаж в Ardor NY Real Estate
- Директор по подбору персонала в Valerie August & Associates
- Исполнительный директор по работе с клиентами в BNC
- Менеджер по работе с клиентами в Vault
- Степень бакалавра в области организационная коммуникация Университета Майами

“

Благодаря ТЕСН вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”

Приглашенный руководитель международного уровня

Лидер в области технологий с десятилетним опытом работы в крупных транснациональных корпорациях, Рик Готье занимает видное место в сфере облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как высокоэффективный лидер и руководитель команды, демонстрирующий природный талант обеспечивать высокий уровень вовлеченности своих сотрудников.

Он прекрасно разбирается в стратегии и инновациях, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свои успехи качественными данными. Его опыт работы в Amazon позволил ему управлять и интегрировать ИТ-службы компании в США. В Microsoft он руководил командой из 104 человек, отвечая за обеспечение корпоративной ИТ-инфраструктуры и поддержку отделов разработки продуктов по всей компании.

Этот опыт позволил ему выделиться как высокоэффективному руководителю с выдающимися способностями к повышению эффективности, производительности и общей удовлетворенности клиентов.



Г-н Готье, Рик

- Региональный директор по ИТ в Amazon, Сиэтл, США
- Старший менеджер программ в Amazon
- Вице-президент компании Wimmer Solutions
- Старший директор по продуктивным инженерным услугам в Microsoft
- Степень по кибербезопасности в Университете Западных Губернаторов
- Профессиональный сертификат по *коммерческому дайвингу* от Технологического института дайверов
- Степень в области экологических исследований в Эвергринском государственном колледже

“

Используйте возможность ознакомиться с последними достижениями в этой области, чтобы применять их в вашей повседневной практике”

Приглашенный руководитель международного уровня

Роми Арман является известным международным экспертом с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. На протяжении всей своей карьеры он не раз шел на риск и постоянно выступал за инновации и изменения в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. Благодаря этому он помог таким компаниям, как Shell Energy, стать настоящими лидерами рынка, ориентированными на своих клиентов и цифровой мир.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют неоспоримое влияние, поскольку они позволили нескольким корпорациям улучшить опыт как потребителей, так и сотрудников и акционеров. Успех этого эксперта можно оценить с помощью таких осязаемых показателей, как CSAT, вовлеченность сотрудников в работу учреждений, в которых он работал, и рост финансового показателя EBITDA в каждом из них.

Кроме того, в своей профессиональной карьере он возвращивал и возглавлял высокоэффективные команды, которые даже получали награды за свой трансформационный потенциал. В компании Shell он всегда стремился решить три задачи: удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать "рентабельную декарбонизацию" и перестроить фрагментированный ландшафт данных, цифровых технологий и технологий. Таким образом, его усилия показали, что для достижения устойчивого успеха необходимо исходить из потребностей потребителей и закладывать основы для трансформации процессов, данных, технологий и культуры.

С другой стороны, этот руководитель выделяется своим мастерством в области бизнес-применения искусственного интеллекта, по которому он получил степень в аспирантуре Лондонской школы бизнеса. В то же время он накопил опыт в области IoT и Salesforce.



Г-н Арман, Роми

- ♦ Директор по цифровой трансформации (CDO) в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- ♦ Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в Shell Energy Corporation, Лондон, Великобритания
- ♦ Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (автомобильные комплектующие и розничная торговля) для компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- ♦ Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре.
- ♦ Степень бакалавра от Университета Лидса
- ♦ Степень аспиранта Лондонской школы бизнеса по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена
- ♦ Профессиональный сертификат CCXP Customer Experience
- ♦ Курс по цифровой трансформации для руководителей от IMD

“

Вы хотите обновить свои знания, получив образование высочайшего качества? TECH предлагает вам самый актуальный контент на академическом рынке, разработанный настоящими экспертами международного уровня”

Приглашенный руководитель международного уровня

Мануэль Аренс — опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. В действительности Аренс занимает должность **менеджера по глобальным закупкам** в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он провел большую часть своей карьеры. Находясь в Маунтин-Вью (Калифорния), он занимался решением таких операционных задач технологического гиганта, как **обеспечение целостности основных данных, обновление данных о поставщиках и определение их приоритетности**. Он руководил планированием цепочки поставок центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что позволило добиться значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области предоставления цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая маркетинг, медиааналитику, измерения и атрибуцию. За свою работу он получил несколько наград, в том числе BIM Leadership Award, Search Leadership Award, Export Lead Generation Programme Award и EMEA Best Sales Model Award.

Аренс также занимал должность **менеджера по продажам** в Дублине, Ирландия. На этой должности он за три года сформировал команду из 4-14 человек и привел отдел продаж к достижению результатов и эффективному взаимодействию друг с другом и межфункциональными группами. Он также работал **старшим отраслевым аналитиком** в Гамбурге (Германия), создавая сторилайны для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. Разрабатывал и составлял подробные отчеты, демонстрирующие экспертные знания в предметной области, включая понимание **макроэкономических и политических/регуляторных факторов**, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также возглавлял команды в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт управления клиентами и цепочками поставок. Его особенно отличает умение постоянно превосходить ожидания, **выстраивая ценные отношения с клиентами и беспрепятственно работая с людьми на всех уровнях организации**, включая заинтересованные стороны, руководство, членов команды и клиентов. Его подход, основанный на использовании данных, и способность разрабатывать инновационные и масштабируемые решения проблем отрасли сделали его выдающимся лидером в своей области.



Г-н Аренс, Мануэль

- ♦ Генеральный менеджер по глобальным закупкам в области Google, Маунтин-Вью, США
- ♦ Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B в Google, США
- ♦ Директор по продажам в Google, Ирландия
- ♦ Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
- ♦ Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
- ♦ Кредиторская задолженность в Eaton, Великобритания
- ♦ Менеджер по цепочке поставок в Airbus, Германия



Выбирайте TECH! Вы сможете получить доступ к лучшим учебным материалам, находящимся на передовой линии технологий и образования, которые разрабатываются всемирно известными специалистами в этой области"

Приглашенный руководитель международного уровня

Андреа Ла Сала – опытный руководитель отдела маркетинга, чьи проекты оказали значительное влияние на индустрию моды. На протяжении своей успешной карьеры он решал различные задачи, связанные с продуктом, мерчендайзингом и коммуникациями. Все это связано с такими престижными брендами, как Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein и другими.

Результаты работы этого высокопоставленного руководителя международного уровня связаны с его доказанной способностью синтезировать информацию в четкие схемы и осуществлять конкретные действия в соответствии с конкретными бизнес-целями. Кроме того, его признают за проактивность и адаптацию к быстро меняющемуся ритму работы. Ко всему этому он добавляет сильное коммерческое понимание, видение рынка и искреннюю страсть к продукции.

В качестве директора по глобальному бренду и мерчендайзингу в Giorgio Armani он курировал различные маркетинговые стратегии в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение розничной торговли, потребностей и поведения потребителей. В этой роли Ла Сала также отвечал за формирование маркетинга продукции на различных рынках, выступая в качестве руководителя групп в отделах дизайна, коммуникаций и продаж.

С другой стороны, в таких компаниях, как Calvin Klein или Gruppo Coin, он занимался проектами по улучшению структуры, разработке и маркетингу различных коллекций. Он также отвечал за создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Андреа управлял условиями, затратами, процессами и сроками поставки для различных операций.

Этот опыт сделал Андреа Ла Сала одним из лучших и наиболее квалифицированных корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши. Обладая высоким управленческим потенциалом, он сумел эффективно реализовать позитивное позиционирование различных брендов и переопределить их ключевые показатели эффективности (KPI).



Г-н Ла Сала, Андреа

- Директор по глобальному бренду и мерчандайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- Директор по мерчандайзингу в компании Calvin Klein
- Управляющий брендом в Gruppo Coin
- Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- Маркетинговый аналитик в Fastweb
- Выпускник факультета бизнеса и экономики Восточного университета Пьемонта

“

Самые квалифицированные и опытные специалисты международного уровня ждут вас в ТЕСН, чтобы предложить вам первоклассное обучение, обновленное и основанное на последних научных данных. Чего вы ждете, чтобы поступить?”

Приглашенный руководитель международного уровня

Мик Грэм является синонимом инноваций и передового опыта в области бизнес-аналитики на международном уровне. Его успешная карьера связана с руководящими должностями в таких транснациональных корпорациях, как Walmart и Red Bull. Он также известен своей способностью определять новые технологии, которые в долгосрочной перспективе окажут долгосрочное влияние на корпоративную среду.

С другой стороны, руководитель считается первопроходцем в использовании методов визуализации данных, которые упрощали сложные массивы, делая их доступными и облегчая принятие решений. Это умение стало основой его профессионального профиля, превратив его в желанного сотрудника для многих организаций, делающих ставку на сбор информации и выработку конкретных действий на ее основе.

Одним из его самых выдающихся проектов последних лет стала платформа Walmart Data Safe - крупнейшая в мире платформа для анализа больших данных, созданная на основе облачных технологий. Кроме того, он занимал должность директора по бизнес-аналитике в компании Red Bull, охватывая такие сферы, как продажи, дистрибуция, маркетинг и управление цепочками поставок. Недавно его команда была отмечена за постоянные инновации в использовании нового API Walmart Luminare для анализа покупателей и каналов сбыта.

Что касается образования, то руководитель имеет несколько магистерских и аспирантских степеней, полученных в таких престижных центрах, как Университет Беркли в США и Копенгагенский университет в Дании. Благодаря постоянному повышению квалификации эксперт добился передовых навыков. Таким образом, он стал считаться прирожденным лидером новой глобальной экономики, в центре которой - стремление к данным и их безграничным возможностям.



Г-н Грэм, Мик

- Директор по бизнес-аналитике и анализу в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области бизнес-аналитики в Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по бизнес-аналитике и науке о данных
- Директор по бизнес-аналитике в Capgemini
- Руководитель аналитического отдела в Nordea
- Старший консультант бизнес-аналитики для SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Эксклюзивная программа MBA по электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавриат и магистратура по математике и статистике в Копенгагенском университете

“

Учитесь в лучшем онлайн-университете мира по версии Forbes! На этой программе MBA вы получите доступ к обширной библиотеке мультимедийных ресурсов, разработанных всемирно известными профессорами”

Приглашенный руководитель международного уровня

Скотт Стивенсон - выдающийся эксперт в области **цифрового маркетинга**, который уже более 19 лет связан с одной из самых влиятельных компаний в индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. В этой должности он играл ключевую роль в контроле за **логистикой и творческими процессами** на различных цифровых платформах, включая социальные, поисковые, дисплейные и линейные медиа.

Его руководство сыграло решающую роль в разработке **стратегий производства платных медиа**, что привело к заметному **улучшению показателей конверсии** в компании. В то же время он занимал и другие должности, такие как директор по маркетинговым услугам и менеджер по трафику в той же транснациональной корпорации во время своей прежней работы в руководстве.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по **продаже цифровой собственности**. Он также отвечал за внедрение операционных стратегий, связанных с формированием, завершением и доставкой звукового и графического контента для **телевизионных рекламных роликов и трейлеров**.

Кроме того, он получил степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды и степень магистра в области творческого писательства в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области **коммуникации и подачи материала**. Кроме того, он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию **искусственного интеллекта в бизнесе**. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере **маркетинга и цифровых медиа**.



Г-н Стивенсон, Скотт

- Директор по цифровому маркетингу в Warner Bros. Discovery, Бербанк, Соединенные Штаты Америки
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра искусств в области творческого писательства Калифорнийского университета
- Степень бакалавра наук в области телекоммуникаций из Университета Флориды

“

Достигайте своих академических и карьерных целей с лучшими в мире экспертами!

Преподаватели MBA будут сопровождать вас на протяжении всего процесса обучения”

Приглашенный руководитель международного уровня

Доктор Эрик Найквист – ведущий профессионал в области международного спорта, построивший впечатляющую карьеру, отмеченную его стратегическим лидерством и способностью управлять изменениями и инновациями в спортивных организациях высшего уровня.

Он занимал такие высокие должности, как директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, расположенном во Флориде, США. Имея за плечами многолетний опыт работы в NASCAR, доктор Найквист также занимал ряд руководящих должностей, в том числе старшего вице-президента по стратегическому развитию и генерального директора по коммерческим вопросам, управляя более чем десятком направлений - от стратегического развития до маркетинга развлечений.

Найквист также внес значительный вклад в развитие ведущих спортивных франшиз Чикаго. Будучи исполнительным вице-президентом клубов Chicago Bulls и Chicago White Sox, он продемонстрировал свою способность добиваться делового и стратегического успеха в мире профессионального спорта.

Наконец, он начал свою карьеру в спорте, работая в Нью-Йорке в качестве старшего стратегического аналитика для Роджера Гуделла в Национальной футбольной лиге (НФЛ), а до этого - в качестве стажера-юриста в Федерации футбола США.



Д-р Найквист, Эрик

- Директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент по стратегическому планированию NASCAR
- Старший директор по деловым вопросам NASCAR
- Исполнительный вице-президент франшизы Chicago White Sox
- Исполнительный вице-президент франшизы Chicago Bulls
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Доктор юриспруденции Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-MBA в Школе бизнеса Бут Чикагского университета
- Степень бакалавра по международной экономике в Карлтонском колледже



Благодаря этой 100% онлайн-программе вы сможете совмещать учебу с повседневными обязанностями под руководством ведущих международных экспертов в интересующей вас области. Записывайтесь сейчас!"

Руководство



Г-н Гильот, Хайме

- ♦ Предприниматель и инвестор Web3
- ♦ Генеральный директор Mergelina Inversiones
- ♦ Главный операционный директор Demium Startups
- ♦ Сооснователь и директор по стратегии Hikaru VR Agency
- ♦ Соучредитель и генеральный директор Drone Spain
- ♦ Соучредитель бизнес-школы IMBS
- ♦ Основатель Internet & Mobile Business School
- ♦ Основатель и генеральный директор Fight Technologies
- ♦ Обширный опыт в создании бизнеса
- ♦ Преподаватель по программе магистратуры Bankinter в области инноваций и создания бизнеса
- ♦ Исполнительный коуч, сертифицированный Европейской школой лидеров (EEL)
- ♦ Оперативный руководитель. BBVA
- ♦ Тренер по программам лидерства и эмоционального менеджмента в компаниях.
- ♦ Степень бакалавра в области делового администрирования и управления. UPV
- ♦ Промышленная специализация
- ♦ Владение такими языками, как английский, немецкий и китайский
- ♦ Волонтер Ассоциации педагогического внимания к людям с особыми потребностями



Г-н Хиль, Андрес

- ♦ Эксперт в области инноваций и стратегического менеджмента
- ♦ Управляющий директор одонтологической клиники Пилар Роиг
- ♦ Соучредитель и генеральный директор MedicalDays
- ♦ Диплом в области стоматологического менеджмента и клинического управления. DentalDoctors Institute
- ♦ Диплом в области учета затрат. Валенсийская торговая палата
- ♦ Инженер-агроном. UPV Политехнический университет Валенсии
- ♦ Степень магистра в области управления и менеджмента. Университет штата Мичиган
- ♦ Курс бухгалтерского учета. Центр финансовых исследований
- ♦ Курс по лидерству и управлению командой. Сезар Пикерас

Преподаватели

Г-жа Фортеа Парисио, Анна

- ♦ Международный профессиональный коуч, эксперт в области коучинга руководителей и бизнеса
- ♦ Профессиональный нейрокоуч
- ♦ Президент Международной ассоциации нейрокоучинга
- ♦ Директор Coaching Connection.es (цифровой журнал, специализирующийся на коучинге)
- ♦ Партнер-основатель Co & Co (коучинг и консалтинг)
- ♦ Основатель Европейского центра лидерства
- ♦ Основатель Центра высокой эффективности человека имени Анна Фортеа
- ♦ Соучредитель компании Eseoх
- ♦ Преподаватель в нескольких испанских университетах, в UAC и в Университете Гумбольдта
- ♦ Преподаватель-специалист Европейской ассоциации студентов-юристов (ELSA), проводит тренинги в сотрудничестве с ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ и ООН
- ♦ Волонтер в Фонде Хосе Каррераса
- ♦ Волонтер Федерации помощи народу Сахары
- ♦ Степень в области права Университета Валенсии
- ♦ Изучала психологию в UOC и нейронауки в UPenn.
- ♦ Профессиональный коуч с международным сертификатом, выданным Институтом высокого уровня эффективности человека (IESEC)
- ♦ Курс профессиональной подготовки в области общения, переговоров, лидерства и самооценки от PSICOACTIVA
- ♦ MBA в бизнес-школе CEREM
- ♦ Член экспертной группы Европейской комиссии и Национальной ассоциации эмоционального интеллекта (ASNIE)





Г-н Дольц, Хуан Мануэль

- ◆ Консультант в области цифровизации бизнеса
- ◆ Руководитель технической группы в компании Irene Milián Group
- ◆ Обширный опыт в создании бизнеса
- ◆ Соучредитель и технический директор MedicalDays
- ◆ Соучредитель и технический директор Drone Spain
- ◆ Соучредитель и технический директор Hikaru VR Agency
- ◆ Соучредитель HalloValencia
- ◆ Степень бакалавра в области делового администрирования, менеджмента и маркетинга. Университет Валенсии
- ◆ Стипендия Freemover, международный менеджмент, коммуникации и продажи, лидерство. Университет в Берне
- ◆ Диплом в области бизнес-исследований. Университет Валенсии
- ◆ Профессиональная подготовка в области цифрового маркетинга. Internet Startup Camp. UPV, Политехнический университет Валенсии

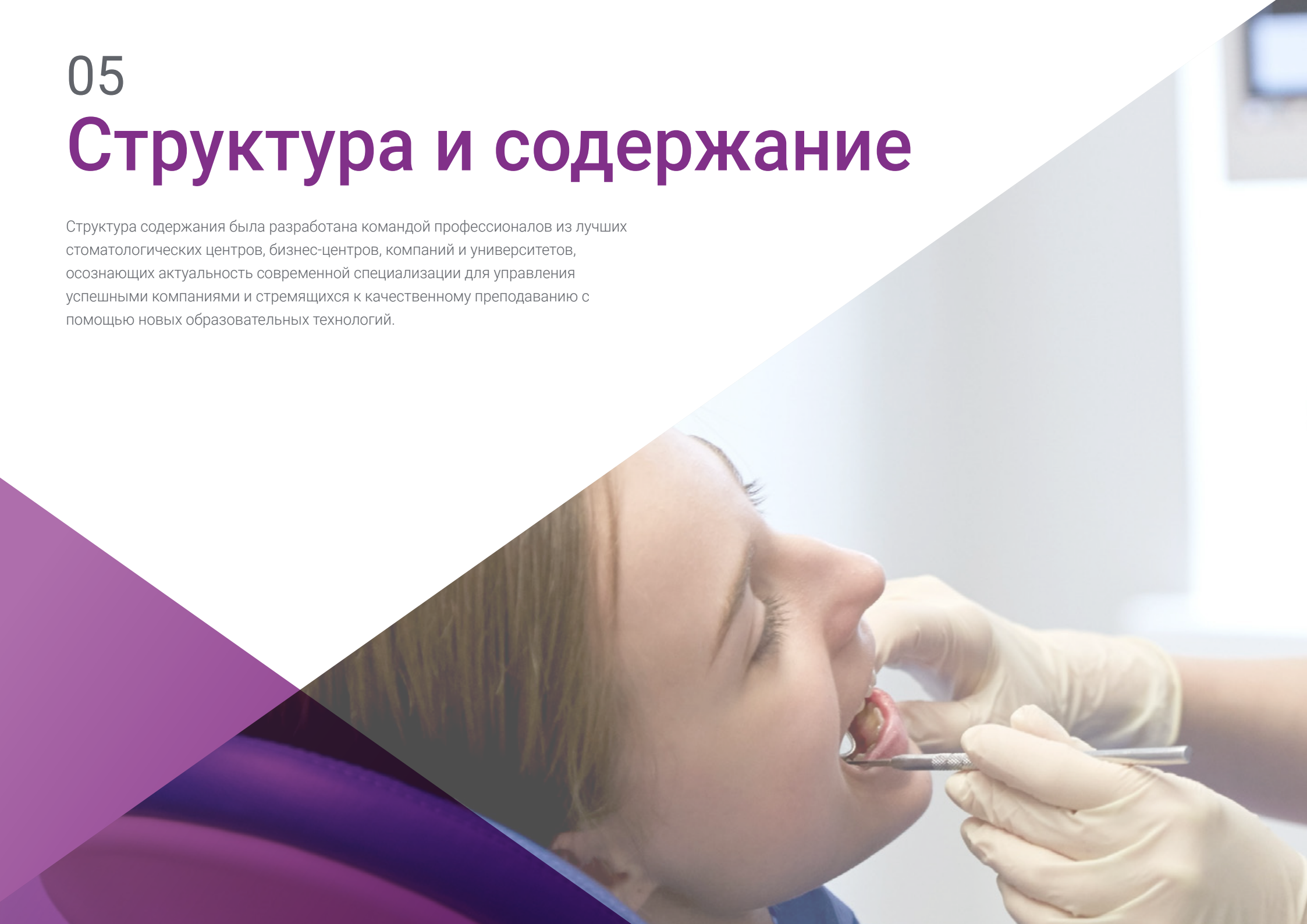
“

Используйте возможность ознакомиться с последними достижениями в этой области, чтобы применять их в вашей повседневной практике”

05

Структура и содержание

Структура содержания была разработана командой профессионалов из лучших стоматологических центров, бизнес-центров, компаний и университетов, осознающих актуальность современной специализации для управления успешными компаниями и стремящихся к качественному преподаванию с помощью новых образовательных технологий.



“

Данная программа MBA в области управления стоматологическими клиниками содержит самую полную и современную научную программу на рынке”

Модуль 1. Столпы управления стоматологическими клиниками

- 1.1. Введение в менеджмент стоматологических клиник
 - 1.1.1. Понятие менеджмента
 - 1.1.2. Цель менеджмента
- 1.2. Бизнес-видение стоматологической клиники
 - 1.2.1. Определение компании: подход к стоматологической практике как к компании, сферы услуг
 - 1.2.2. Элементы компании, применимые к стоматологической практике
- 1.3. Фигура руководителя
 - 1.3.1. Описание должности руководителя в стоматологических клиниках
 - 1.3.2. Функции руководителя
- 1.4. Формы бизнес-организации
 - 1.4.1. Владелец
 - 1.4.2. Юридическое лицо как владелец стоматологической практики
- 1.5. Знание клинично-стоматологического сектора
- 1.6. Терминология и основные понятия менеджмента и управления бизнесом
- 1.7. Современные успешные модели стоматологических клиник

Модуль 2. Проектирование стоматологической клиники

- 2.1. Введение и цели
- 2.2. Текущая ситуация клинично-стоматологического сектора
 - 2.2.1. Международный уровень
- 2.3. Эволюция клинично-стоматологического сектора и его тенденции
 - 2.3.1. Международный уровень
- 2.4. Анализ конкуренции
 - 2.4.1. Анализ цен
 - 2.4.2. Дифференциальный анализ
- 2.5. SWOT-анализ
- 2.6. Как разработать модель Canvas в вашей стоматологической клинике?
 - 2.6.1. Сегментация клиентов
 - 2.6.2. Потребности
 - 2.6.3. Решение
 - 2.6.4. Каналы
 - 2.6.5. Ценностное предложение
 - 2.6.6. Структуры доходов
 - 2.6.7. Структура затрат
 - 2.6.8. Конкурентные преимущества
 - 2.6.9. Ключевые показатели



- 2.7. Метод оценки вашей бизнес-оценки: цикл бережливого стартапа
 - 2.7.1. Случай 1: оценка вашей модели на этапе создания
 - 2.7.2. Случай 2: применение метода для инновации в вашей текущей модели
- 2.8. Значимость оценки и совершенствования бизнес-модели вашей стоматологической клиники
- 2.9. Как оценить ценностное предложение нашей стоматологической клиники?
- 2.10. Задача, видение и ценности
 - 2.10.1. Миссия
 - 2.10.2. Видение
 - 2.10.3. Ценности
- 2.11. Определение целевого пациента
- 2.12. Оптимальное расположение моей клиники
 - 2.12.1. Планировка предприятия
- 2.13. Оптимальный подбор персонала
- 2.14. Значимость модели подбора персонала в соответствии с определенной стратегией
- 2.15. Ключи к определению ценовой политики
- 2.16. Внешнее финансирование vs. Внутреннее финансирование
- 2.17. Анализ стратегии успешного кейса стоматологической клиники

Модуль 3. Введение в маркетинг

- 3.1. Основы маркетинга
 - 3.1.1. Основные показатели маркетинга
 - 3.1.2. Эволюция концепции маркетинга
 - 3.1.3. Маркетинг как система обмена
- 3.2. Новые маркетинговые тенденции
 - 3.2.1. Эволюция и будущее маркетинга
- 3.3. Эмоциональный интеллект, применимый к маркетингу
 - 3.3.1. Что такое эмоциональный интеллект?
 - 3.3.2. Как применять эмоциональный интеллект к вашей маркетинговой стратегии?
- 3.4. Социальный маркетинг и корпоративная социальная ответственность
- 3.5. Внутренний маркетинг
 - 3.5.1. Традиционный маркетинг (Marketing mix)
 - 3.5.2. Рекомендательный маркетинг
 - 3.5.3. Контент-маркетинг

- 3.6. Внешний маркетинг
 - 3.6.1. Операционный маркетинг
 - 3.6.2. Стратегический маркетинг
 - 3.6.3. *Входящий* маркетинг
 - 3.6.4. Email-маркетинг
 - 3.6.5. Маркетинг влияния
- 3.7. Внутренний маркетинг vs. Внешний маркетинг
- 3.8. Техники удержания пациентов
 - 3.8.1. Важность удержания пациентов
 - 3.8.2. Применение цифровых инструментов для вовлечения пациентов

Модуль 4. Маркетинг 2.0

- 4.1. Значимость брендинга для дифференциации
 - 4.1.1. Визуальная идентичность
 - 4.1.2. Этапы брендинга
 - 4.1.3. Брендинг как стратегия дифференциации
 - 4.1.4. Архетипы Юнга для персонификации вашего бренда
- 4.2. Корпоративные сеть и блог стоматологической клиники
 - 4.2.1. Ключи к созданию эффективного и функционального веб-сайта
 - 4.2.2. Выбор тона для каналов связи
 - 4.2.3. Преимущества наличия корпоративного блога
- 4.3. Эффективное использование социальных сетей
 - 4.3.1. Значимость стратегии социальных сетей
 - 4.3.2. Инструменты автоматизации для социальных сетей
- 4.4. Применение мгновенного обмена сообщениями
 - 4.4.1. Значимость прямого общения с пациентами
 - 4.4.2. Канал для персонализированных рекламных акций или массовых сообщений
- 4.5. Значимость трансмедийного нарратива в коммуникации 2.0
- 4.6. Как создавать базы данных посредством коммуникации?
- 4.7. Google Analytics для измерения воздействия вашей коммуникации 2.0
- 4.8. Анализ ситуации
 - 4.8.1. Анализ внешней ситуации
 - 4.8.2. Анализ внутренней ситуации
- 4.9. Определение целей
 - 4.9.1. Ключевые моменты в постановке целей

- 4.10. Выбор стратегий
 - 4.10.1. Типы стратегий
- 4.11. План действий
- 4.12. Бюджет
 - 4.12.1. Распределение бюджета
 - 4.12.2. Прогнозирование производительности
- 4.13. Методы контроля и последующие действия

Модуль 5. Ценность человеческого капитала

- 5.1. Введение в управление человеческими ресурсами
- 5.2. Бизнес-культура и рабочий климат
- 5.3. Команда
 - 5.3.1. Команда стоматологов
 - 5.3.2. Вспомогательная команда
 - 5.3.3. Администрация и руководство
- 5.4. Организграмма нашей стоматологической клиники
 - 5.4.1. Организграмма клиники: иерархия
 - 5.4.2. Описание отдела организграммы
 - 5.4.3. Описание должностей каждого отдела
 - 5.4.4. Распределение задач каждой должности
 - 5.4.5. Координация отделов
- 5.5. Введение в рабочее управление человеческими ресурсами
- 5.6. Стратегии внедрения человеческого капитала
 - 5.6.1. Стратегия отбора персонала
 - 5.6.2. Стратегия найма
- 5.7. Политика вознаграждения
 - 5.7.1. Фиксированное вознаграждение
 - 5.7.2. Переменное вознаграждение
- 5.8. Стратегия удержания талантов
 - 5.8.1. Что такое удержание талантов?
 - 5.8.2. Преимущества удержания талантов в стоматологической практике
 - 5.8.3. Способы удержания талантов
- 5.9. Стратегия управления прогулами
 - 5.9.1. Важность планирования для управления прогулами
 - 5.9.2. Способы управления прогулами в стоматологической практике

- 5.10. Трудовые отношения
 - 5.10.1. Трудовой договор
 - 5.10.2. Время проведения

Модуль 6. Управление командами

- 6.1. Что такое личное лидерство?
- 6.2. Значимость применения правила 33%
- 6.3. Преимущества внедрения культуры лидерства в стоматологической клинике
- 6.4. Какой тип руководства лучше всего подходит для управления вашей стоматологической клиникой?
 - 6.4.1. Автократическое лидерство
 - 6.4.2. Лидерство, основанное на целях
 - 6.4.3. Лидерство, основанное на ценностях
- 6.5. Способности личного лидерства
 - 6.5.1. Стратегическое мышление
 - 6.5.2. Значимость видения лидера
 - 6.5.3. Как развить здоровое самокритичное отношение?
- 6.6. Межличностные лидерские качества
 - 6.6.1. Ассертивная коммуникация
 - 6.6.2. Способность к делегированию
 - 6.6.3. Давать и получать обратную связь
- 6.7. Эмоциональный интеллект в применении к решению конфликтов
 - 6.7.1. Определить основные эмоции действия
 - 6.7.2. Значимость активного слушания
 - 6.7.3. Эмпатия как ключевой личностный навык
 - 6.7.4. Как распознать эмоциональный захват
 - 6.7.5. Как достичь соглашений "Win-Win"?
- 6.8. Преимущества техники организационных плеяд
- 6.9. Мотивационные техники для удержания талантов
 - 6.9.1. Признание
 - 6.9.2. Распределение обязанностей
 - 6.9.3. Продвижение здоровья на рабочем месте
 - 6.9.4. Предоставление стимулов
- 6.10. Важность производительности

Модуль 7. Качество и управление временем в стоматологической практике

- 7.1. Качество предлагаемых процедур
 - 7.1.1. Определение качества в стоматологии
 - 7.1.2. Стандартизация процессов в стоматологической практике
- 7.2. Принципы управления качеством
 - 7.2.1. Что представляет собой система управления качеством?
 - 7.2.2. Преимущества для организации
- 7.3. Качество выполнения заданий
 - 7.3.1. Протоколы: определение
 - 7.3.2. Протоколы: цели применения
 - 7.3.3. Протоколы: преимущества применения
 - 7.3.4. Практический пример: протокол посещения
- 7.4. Инструменты для мониторинга и пересмотра протоколов
- 7.5. Непрерывное совершенствование в стоматологических клиниках
 - 7.5.1. Что такое непрерывное совершенствование?
 - 7.5.2. Фаза 1: консультация
 - 7.5.3. Фаза 2: обучение
 - 7.5.4. Фаза 3: мониторинг
- 7.6. Качество в удовлетворении потребностей пациентов
 - 7.6.1. Опросы об удовлетворенности
 - 7.6.2. Применение опроса удовлетворения
 - 7.6.3. Отчеты об улучшении
- 7.7. Практические кейсы качества в стоматологической клинике
 - 7.7.1. Практический кейс 1: протокол управления чрезвычайными ситуациями
 - 7.7.2. Практический кейс 2: разработка исследования удовлетворенности
- 7.8. Управление охраной труда и промышленной безопасностью в стоматологической клинике
 - 7.8.1. Значимость определения основных задач в стоматологической клинике
 - 7.8.2. Техника продуктивности «одна задача - один ответственный»
 - 7.8.3. Цифровые менеджеры задач
- 7.9. Стандартизация времени на стоматологическое лечение
 - 7.9.1. Значимость сбора данных о времени
 - 7.9.2. Как документировать стандартизацию времени?
- 7.10. Методология исследования для оптимизации процессов качества
- 7.11. Описание модели управления качеством стоматологических услуг
- 7.12. Аудит здоровья: этапы

Модуль 8. Управление закупками и складом

- 8.1. Значимость правильного планирования закупок
- 8.2. Обязанности отдела закупок в стоматологической клинике
- 8.3. Эффективное управление нашим складом
 - 8.3.1. Затраты на хранение
 - 8.3.2. Инвентарь безопасности
 - 8.3.3. Учет входящих и исходящих материалов
- 8.4. Этапы процесса закупок
 - 8.4.1. Поиск информации и рассмотрение альтернатив
 - 8.4.2. Оценка и принятие решений
 - 8.4.3. Последующие действия и мониторинг
- 8.5. Способы исполнения счетов и управление счетами
 - 8.5.1. Настройка типа заказа в соответствии с нашими потребностями
 - 8.5.2. Управление рисками
- 8.6. Отношение с поставщиком
 - 8.6.1. Виды отношений
 - 8.6.2. Политика оплаты
- 8.7. Переговоры в сфере закупок
 - 8.7.1. Необходимые знания и навыки
 - 8.7.2. Этапы переговорного процесса
 - 8.7.3. Советы для успешного ведения переговоров
- 8.8. Качество закупок
 - 8.8.1. Преимущества для клиники в целом
 - 8.8.2. Параметры измерения
- 8.9. Показатели эффективности
- 8.10. Новые тенденции в управлении закупками

Модуль 9. Затраты и финансы, применяемые в стоматологических клиниках

- 9.1. Основные принципы экономики
- 9.2. Балансовый отчет
 - 9.2.1. Состав балансового отчета
 - 9.2.2. Активы
 - 9.2.3. Пассивы
 - 9.2.4. Чистая стоимость
 - 9.2.5. Интерпретация балансового отчета

- 9.3. Подсчет результатов
 - 9.3.1. Состав счета результатов
 - 9.3.2. Интерпретация счета результатов
- 9.4. Введение в учет затрат
- 9.5. Преимущества применения
- 9.6. Постоянные расходы в стоматологической практике
 - 9.6.1. Определение постоянных затрат
 - 9.6.2. Постоянные расходы типичной стоматологической клиники
 - 9.6.3. Стоимость работы практикующего специалиста/час
- 9.7. Переменные расходы в стоматологической практике
 - 9.7.1. Определение переменных расходов
 - 9.7.2. Переменные расходы типичной стоматологической клиники
- 9.8. Стоимость работы стоматологической клиники/час
- 9.9. Шкала лечебных мероприятий
- 9.10. Преимущество лечения
- 9.11. Стратегия ценообразования
- 9.12. Введение
- 9.13. Счета-фактуры и другие платежные документы
 - 9.13.1. Счет-фактура: значение и минимальное содержание
 - 9.13.2. Другие платежные документы
- 9.14. Управление инкассацией и платежами
 - 9.14.1. Административная организация
 - 9.14.2. Управление поступлениями и платежами
 - 9.14.3. Бюджет денежных средств
 - 9.14.4. АВС-анализ пациентов
 - 9.14.5. Безнадежные долги
- 9.15. Формы внешнего финансирования
 - 9.15.1. Банковское финансирование
 - 9.15.2. Лизинг (финансовая рента)
 - 9.15.3. Различия между лизингом и арендой
 - 9.15.4. Дисконтирование коммерческих бумаг
- 9.16. Анализ ликвидности вашей клиники
- 9.17. Анализ рентабельности вашей клиники
- 9.18. Анализ задолженности

Модуль 10. Стоматологическая этика

- 10.1. Основные понятия
 - 10.1.1. Определение и цели
 - 10.1.2. Сфера применения
 - 10.1.3. Клинический акт
 - 10.1.4. Стоматолог
- 10.2. Общие принципы
 - 10.2.1. Принцип равенства пациентов
 - 10.2.2. Приоритет интересов пациента
 - 10.2.3. Профессиональные обязанности стоматолога
- 10.3. Обслуживание пациента
 - 10.3.1. Отношение с пациентом
 - 10.3.2. Несовершеннолетний пациент
 - 10.3.3. Свобода выбора практикующего врача
 - 10.3.4. Свобода принимать и отказывать пациентам
- 10.4. История болезни
- 10.5. Профессиональная тайна
 - 10.5.1. Понятие и содержание
 - 10.5.2. Масштаб обязательств
 - 10.5.3. Исключения из профессиональной тайны
 - 10.5.4. Компьютерные файлы
- 10.6. Реклама
 - 10.6.1. Основные требования к профессиональной рекламе
 - 10.6.2. Упоминание названий
 - 10.6.3. Профессиональная реклама
 - 10.6.4. Действия с возможным рекламным эффектом

Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

- 11.1. Глобализация и руководство
 - 11.1.1. Руководство и корпоративное управление
 - 11.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
 - 11.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления

- 11.2. Лидерство
 - 11.2.1. Лидерство. Концептуальный подход
 - 11.2.2. Лидерство в бизнесе
 - 11.2.3. Значение лидера в управлении бизнесом
- 11.3. *Кросс-культурный менеджмент*
 - 11.3.1. Концепция *кросс-культурного менеджмента*
 - 11.3.2. Вклад в познание национальных культур
 - 11.3.3. Управление разнообразием
- 11.4. Развитие менеджмента и лидерства
 - 11.4.1. Концепция развития менеджмента
 - 11.4.2. Концепция лидерства
 - 11.4.3. Теории лидерства
 - 11.4.4. Стили лидерства
 - 11.4.5. Интеллект в лидерстве
 - 11.4.6. Проблемы лидерства сегодня
- 11.5. Деловая этика
 - 11.5.1. Этика и мораль
 - 11.5.2. Деловая этика
 - 11.5.3. Лидерство и этика в компаниях
- 11.6. Устойчивость
 - 11.6.1. Устойчивость и устойчивое развитие
 - 11.6.2. Повестка дня на 2030 год
 - 11.6.3. Устойчивые предприятия
- 11.7. Корпоративная социальная ответственность
 - 11.7.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
 - 11.7.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
 - 11.7.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности
- 11.8. Системы и инструменты ответственного управления
 - 11.8.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
 - 11.8.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
 - 11.8.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
 - 11.8.4. Инструменты и стандарты КСО
- 11.9. Транснациональные компании и права человека
 - 11.9.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
 - 11.9.2. Транснациональные компании и международное право
 - 11.9.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека

- 11.10. Правовое регулирование и *корпоративное управление*
 - 11.10.1. Международные стандарты импорта и экспорта
 - 11.10.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
 - 11.10.3. Международное трудовое право

Модуль 12. Управление персоналом и талантами

- 12.1. Стратегическое управление персоналом
 - 12.1.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
 - 12.1.2. Стратегическое управление персоналом
- 12.2. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций
 - 12.2.1. Анализ потенциала
 - 12.2.2. Политика вознаграждения
 - 12.2.3. Планирование карьеры/повышения
- 12.3. Оценка производительности и управление эффективностью
 - 12.3.1. Управление производительностью
 - 12.3.2. Управление эффективностью: цели и процесс
- 12.4. Инновации в управлении талантами и людьми
 - 12.4.1. Модели стратегического управления талантами
 - 12.4.2. Выявление, обучение и развитие талантов
 - 12.4.3. Лояльность и удержание
 - 12.4.4. Проактивность и инновации
- 12.5. Воля
 - 12.5.1. Природа мотивации
 - 12.5.2. Теория ожиданий
 - 12.5.3. Теории потребностей
 - 12.5.4. Мотивация и финансовое вознаграждение
- 12.6. Развитие высокоэффективных команд
 - 12.6.1. Высокоэффективные команды: самоуправляемые команды
 - 12.6.2. Методики управления высокоэффективными самоуправляемыми командами
- 12.7. Управление изменениями
 - 12.1.7. Управление изменениями
 - 12.2.7. Тип процессов управления изменениями
 - 12.3.7. Этапы или фазы управления изменениями

- 12.8. Переговоры и управление конфликтами
 - 12.8.1 Переговоры
 - 12.8.2 Управление конфликтами
 - 12.8.3 Антикризисное управление
- 12.9. Управленческая коммуникация
 - 12.9.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
 - 12.9.2. Департаменты коммуникации
 - 12.9.3. Менеджер по коммуникациям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям
- 12.10. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов
 - 12.10.1. Производительность
 - 12.10.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 13. Финансово-экономическое управление

- 13.1. Экономическая среда
 - 13.1.1. Макроэкономическая среда и внутренняя финансовая система
 - 13.1.2. Финансовые учреждения
 - 13.1.3. Финансовые рынки
 - 13.1.4. Финансовые активы
 - 13.1.5. Прочие организации финансового сектора
- 13.2. Управленческий учет
 - 13.2.1. Основные понятия
 - 13.2.2. Активы компании
 - 13.2.3. Обязательства компании
 - 13.2.4. Чистая стоимость компании
 - 13.2.5. Счет прибылей и убытков
- 13.3. Информационные системы и *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Основы и классификация
 - 13.3.2. Этапы и методы распределения затрат
 - 13.3.3. Выбор центра затрат и эффекта
- 13.4. Бюджет и управленческий контроль
 - 13.4.1. Модель бюджета
 - 13.4.2. Капитальный бюджет
 - 13.4.3. Операционный бюджет
 - 13.4.5. Бюджет казначейства
 - 13.4.6. Мониторинг бюджета

- 13.5. Финансовый менеджмент
 - 13.5.1. Финансовые решения компании
 - 13.5.2. Финансовый отдел
 - 13.5.3. Денежные излишки
 - 13.5.4. Риски, связанные с управлением финансами
 - 13.5.5. Управление рисками в финансовом менеджменте
- 13.6. Финансовое планирование
 - 13.6.1. Определение финансового планирования
 - 13.6.2. Действия, которые необходимо предпринять при финансовом планировании
 - 13.6.3. Создание и разработка бизнес-стратегии
 - 13.6.4. Таблица движения денежных средств
 - 13.6.5. Таблица оборотных активов
- 13.7. Корпоративная финансовая стратегия
 - 13.7.1. Корпоративная стратегия и источники финансирования
 - 13.7.2. Продукты корпоративного финансирования
- 13.8. Стратегическое финансирование
 - 13.8.1. Самофинансирование
 - 13.8.2. Увеличение собственных средств
 - 13.8.3. Гибридные ресурсы
 - 13.8.4. Финансирование через посредников
- 13.9. Финансовый анализ и планирование
 - 13.9.1. Анализ бухгалтерского баланса
 - 13.9.2. Анализ отчета о прибылях и убытках
 - 13.9.3. Анализ рентабельности
- 13.10. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 13.10.1. Финансовая информация о компании Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Модуль 14. Управленческий менеджмент

- 14.1. Общий менеджмент
 - 14.1.1. Концепция общего менеджмента
 - 14.1.2. Действия генерального директора
 - 14.1.3. Генеральный директор и его функции
 - 14.1.4. Трансформация работы менеджмента

- 14.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней
 - 14.2.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней
- 14.3. Управление операциями
 - 14.3.1. Важность управления
 - 14.3.2. Цепочка создания стоимости
 - 14.3.3. Управление качеством
- 14.4. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей
 - 14.4.1. Межличностная коммуникация
 - 14.4.2. Коммуникативные навыки и влияние
 - 14.4.3. Барьеры коммуникации
- 14.5. Средства личной и организационной коммуникации
 - 14.5.1. Межличностная коммуникация
 - 14.5.2. Инструменты межличностной коммуникации
 - 14.5.3. Коммуникация в организации
 - 14.5.4. Инструменты в организации
- 14.6. Кризисная коммуникация
 - 14.6.1. Кризис
 - 14.6.2. Фазы кризиса
 - 14.6.3. Сообщения: содержание и моменты
- 14.7. Подготовка кризисного плана
 - 14.7.1. Анализ потенциальных проблем
 - 14.7.2. Планирование
 - 14.7.3. Адекватность персонала
- 14.8. Личный брендинг
 - 14.8.1. Стратегии личного брендинга
 - 14.8.2. Законы личного брендинга
 - 14.8.3. Инструменты для создания личного бренда
- 14.10. Лидерство и управление командой
 - 14.9.1. Лидерство и стили лидерства
 - 14.9.2. Возможности и проблемы лидеров
 - 14.9.3. Управление процессами изменений
 - 14.9.4. Управление мультикультурными командами



Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения для повышения вашего профессионального роста"

06

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**. Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как *Журнал медицины Новой Англии*.





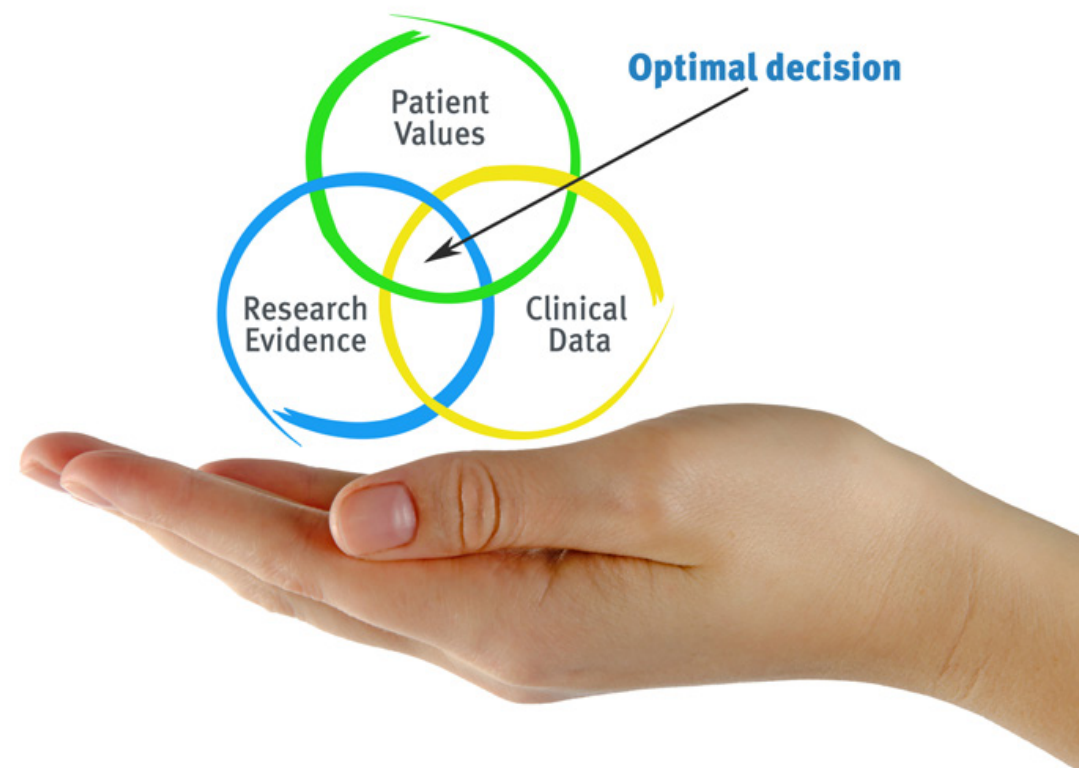
“

Откройте для себя методику Relearning, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

В ТЕСН мы используем метод запоминания кейсов

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? На протяжении всей программы вы будете сталкиваться с множеством смоделированных клинических случаев, основанных на историях болезни реальных пациентов, когда вам придется проводить исследование, выдвигать гипотезы и в конечном итоге решать ситуацию. Существует множество научных доказательств эффективности этого метода. Будущие специалисты учатся лучше, быстрее и показывают стабильные результаты с течением времени.

С ТЕСН вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру.



По словам доктора Жерваса, клинический случай - это описание диагноза пациента или группы пациентов, которые становятся "случаем", примером или моделью, иллюстрирующей какой-то особый клинический компонент, либо в силу обучающего эффекта, либо в силу своей редкости или необычности. Важно, чтобы кейс был основан на текущей трудовой деятельности, пытаюсь воссоздать реальные условия в профессиональной практике стоматолога.

“

Знаете ли вы, что этот метод был разработан в 1912 году, в Гарвардском университете, для студентов-юристов? Метод кейсов заключался в представлении реальных сложных ситуаций, чтобы они принимали решения и обосновывали способы их решения. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете”

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Стоматологи, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.



Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

Стоматолог будет учиться на основе реальных случаев и разрешения сложных ситуаций в смоделированных учебных условиях. Эти симуляции разработаны с использованием самого современного программного обеспечения для полного погружения в процесс обучения.



Находясь в авангарде мировой педагогики, метод *Relearning* сумел повысить общий уровень удовлетворенности специалистов, завершивших обучение, по отношению к показателям качества лучшего онлайн-университета в мире.

С помощью этой методики мы с беспрецедентным успехом обучили более 115 000 стоматологов по всем клиническим специальностям, независимо от хирургической нагрузки. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу.

Общий балл квалификации по нашей системе обучения составляет 8.01, что соответствует самым высоким международным стандартам.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Техники и процедуры на видео

TECH предоставляет в распоряжение студентов доступ к новейшим методикам и достижениям в области образования и к передовым стоматологическим технологиям. Все с максимальной тщательностью, объяснено и подробно описано самими преподавателями для усовершенствования усвоения и понимания материалов. И самое главное, вы можете смотреть их столько раз, сколько захотите.



Интерактивные конспекты

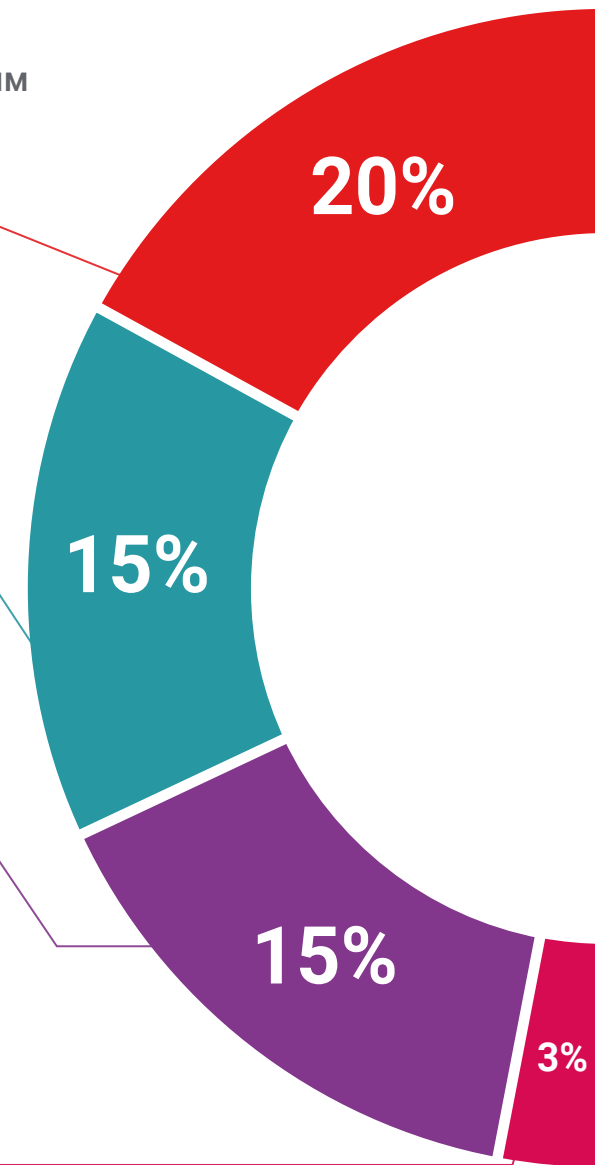
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

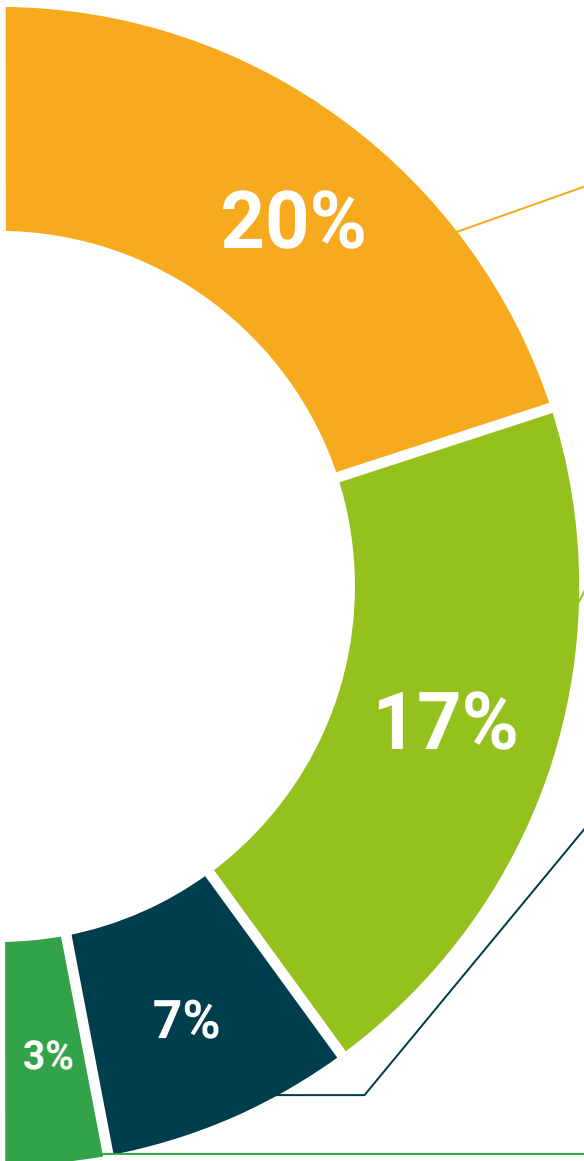
Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Майкрософт как "Европейская история успеха".



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Анализ кейсов, разработанных и объясненных экспертами

Эффективное обучение обязательно должно быть контекстным. Поэтому мы представим вам реальные кейсы, в которых эксперт проведет вас от оказания первичного осмотра до разработки схемы лечения: понятный и прямой способ достичь наивысшей степени понимания материала.



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



Краткие руководства к действию

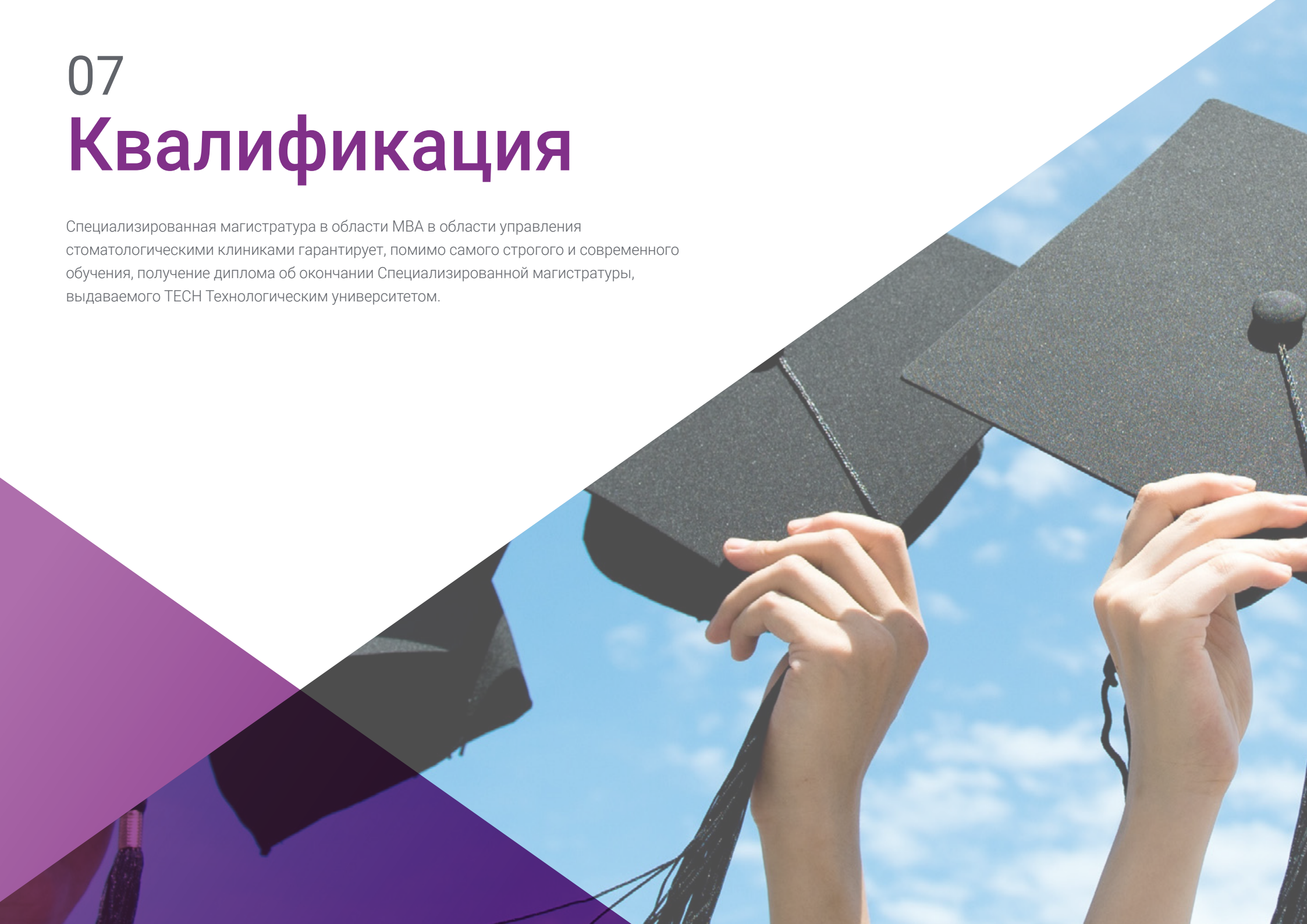
TECH предлагает наиболее актуальное содержание курса в виде рабочих листов или кратких руководств к действию. Обобщенный, практичный и эффективный способ помочь вам продвинуться в обучении.



07

Квалификация

Специализированная магистратура в области MBA в области управления стоматологическими клиниками гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без лишних хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данная **Специализированная магистратура в области MBA в области управления стоматологическими клиниками** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

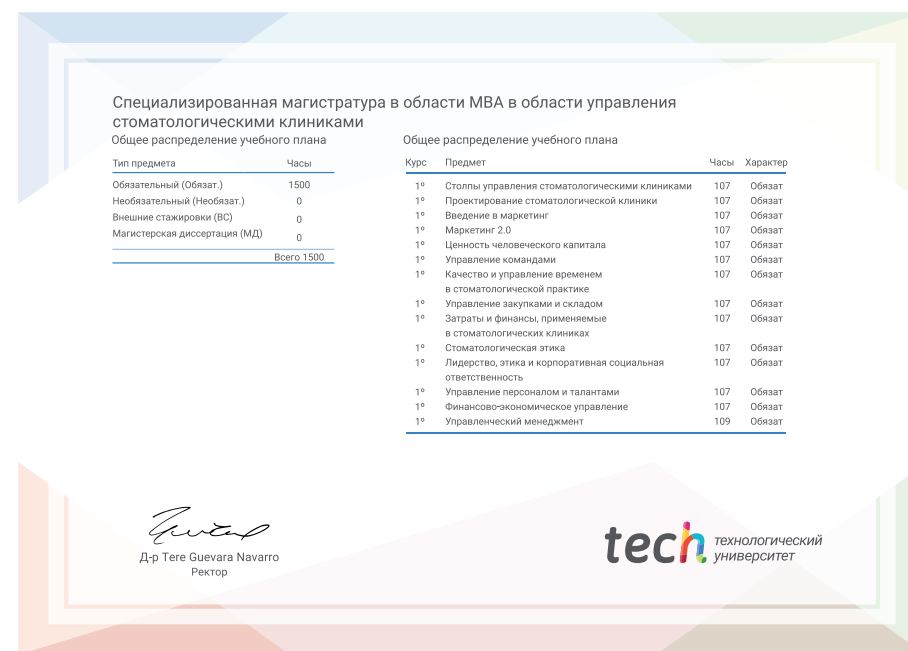
После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области MBA в области управления стоматологическими клиниками**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Специализированная
магистратура

МВА в области управления
стоматологическими клиниками

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура

МВА в области управления

стоматологическими клиниками

