

Mastère Spécialisé

Gestion et Direction des Centres Vétérinaires

M G D C V





Mastère Spécialisé Gestion et Direction des Centres Vétérinaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-gestion-direction-centres-veterinaires

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier chez TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 20

06

Structure et contenu

page 24

07

Méthodologie

page 38

08

Profil de nos étudiants

page 46

09

Direction de la formation

page 50

10

Impact sur votre carrière

page 56

11

Avantages pour votre
entreprise

page 60

12

Diplôme

page 64

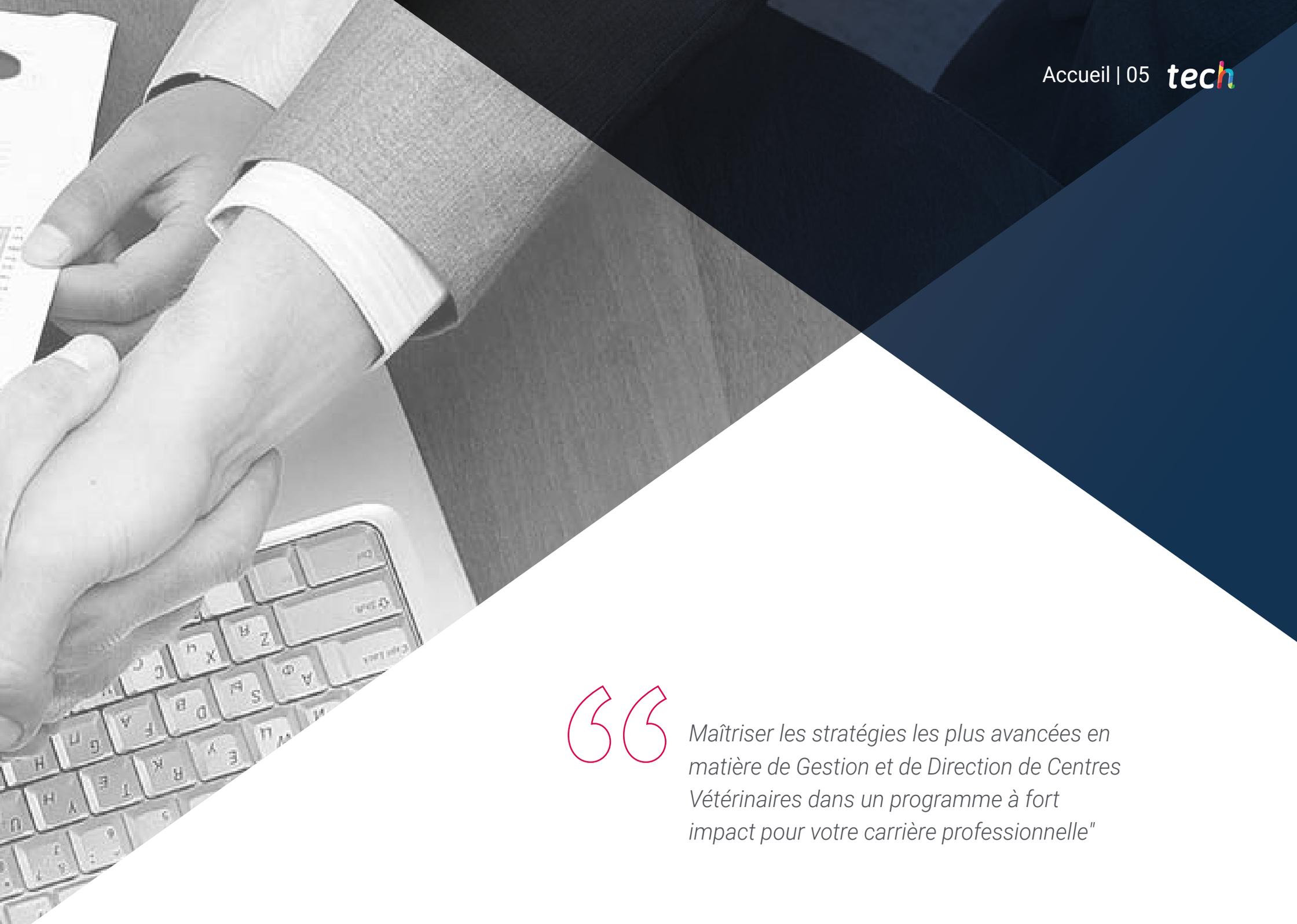
01

Accueil

La gestion et la direction d'une clinique vétérinaire est une tâche complexe, car elle requiert des professionnels qui ont non seulement une solide connaissance des affaires, l'un des domaines de travail qui déterminent le succès ou l'échec d'un centre, mais aussi des études vétérinaires, qui sont capables de comprendre et de participer aux soins des animaux. La formation dans ce domaine requiert une série de compétences que ce programme complet que TECH a compilé dans un programme de haute qualité et mis en place par une équipe d'experts dans le domaine.



**Mastère Spécialisé en Gestion des
Centres Vétérinaires. TECH Université Technologique**



“

Maîtriser les stratégies les plus avancées en matière de Gestion et de Direction de Centres Vétérinaires dans un programme à fort impact pour votre carrière professionnelle”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"*Microsoft Europe Success Story*" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95% | des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000 | **+200**

dirigeants formés chaque année

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500 | accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.



TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique"

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

L'objectif de ce programme complet est de fournir aux gestionnaires professionnels les compétences nécessaires pour maîtriser tous les domaines de travail dans la gestion et la direction des cliniques vétérinaires, afin de fournir la vision commerciale nécessaire pour réussir dans ce secteur.



“

La formation nécessaire pour intervenir avec succès dans la direction et la gestion des cliniques vétérinaires dans un Mastère Spécialisé complet à fort impact éducatif"

Les objectifs des étudiants sont ceux de TECH.
TECH travaille avec l'étudiant pour les atteindre.

Le Mastère Spécialisé en Gestion et Direction des Centres Vétérinaires vous formera pour:

01

Générer une expertise sur le secteur des services vétérinaires :
environnement, défis et tendances

04

Assimiler qu'il s'agit d'un document dynamique qui doit
nous accompagner tout au long de l'année

02

Identifier les besoins en formation dans le secteur des services
vétérinaires dans un environnement en mutation

03

Établir une méthodologie pour l'élaboration d'un Business
Plan annuel

05

Examiner les concepts financiers nécessaires au bon
fonctionnement d'un centre vétérinaire



06

Développer les outils financiers pour gérer un centre vétérinaire

08

Établir une méthodologie efficace et systématique pour formuler une stratégie commerciale dynamique et innovante dans un centre vétérinaire



09

Générer des connaissances spécialisées sur l'innovation comme moyen de créer une proposition de valeur différenciée pour les utilisateurs

07

Compiler les données nécessaires pour générer un tableau de bord financier

10

Proposer une méthodologie pour traiter efficacement les clients ayant des émotions déformées

11

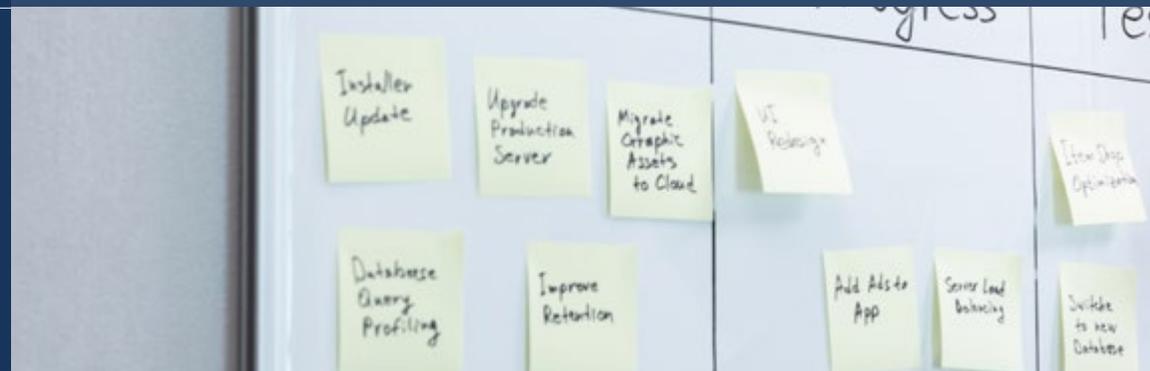
Développer processus de fidélisation

14

Analyser les outils de *Merchandising*

12

Déterminer comment fixer et donner un prix à un service vétérinaire



13

Comprendre l'importance de la vente croisée

15

Étudier la cohérence entre le marketing en ligne et hors ligne

16

Développer les compétences nécessaires à une bonne gestion du personnel

18

Spécifier la forme juridique de la société à créer, avec les particularités de chacune, de la société de personnes à la coopérative d'associés



19

Analyser les différentes législations à appliquer une fois que le centre de santé vétérinaire est ouvert au public, toujours du point de vue de la protection des consommateurs, afin de fournir un excellent service, comme la protection des données, la santé au travail, la protection radiologique, etc

17

Permettre au manager de gérer avec succès les conflits au sein des équipes professionnelles

20

Examiner la responsabilité civile que nous acquérons du fait de la gestion d'un centre de santé vétérinaire, envers nos travailleurs en appliquant la convention collective et envers les clients en général

05

Compétences

Après avoir réussi les évaluations du Mastère Spécialisé en Gestion et Direction des Centres Vétérinaires, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie d'enseignement la plus innovante.



“

L'achèvement de ce programme vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires pour gérer avec succès une clinique vétérinaire"

01

Gérer les entreprises du secteur de la manière la plus efficace et efficiente possible

02

Concevoir, développer, mettre en œuvre, contrôler et améliorer leur propre plan d'affaires

03

Comprendre les nouveaux défis de la santé publique, dans la lignée des économies vertes et durables

04

Réaliser une analyse SWOT pour comprendre les particularités de l'entreprise et de l'environnement et être en mesure de tirer parti des avantages qu'elle offre

05

Assurer la gestion économique-financière de l'entreprise

06

Concevoir et mettre en œuvre un modèle commercial approprié pour attirer les clients potentiels

07

Savoir communiquer de manière appropriée avec le client pour améliorer son expérience dans le centre vétérinaire

10

Diriger l'entreprise, avoir la capacité de résoudre les conflits internes à l'entreprise

08

Concevoir et mettre en œuvre des stratégies de marketing qui améliorent les performances de l'entreprise

11

Appliquer le modèle de gestion *Lean*

09

Connaître en profondeur le profil des employés de l'entreprise afin de les placer aux postes les plus adaptés et d'évaluer leurs performances

12

Connaissance approfondie des aspects juridiques qui concernent les centres vétérinaires

06

Structure et contenu

Le Mastère Spécialisé en Gestion et Direction des Centres Vétérinaires de TECH Université Technologique est un programme qui est fait sur mesure pour les étudiants. De plus, il est enseigné dans un format 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, à votre emploi du temps et à vos intérêts.



“

*Un programme conçu pour transformer
l'apprentissage théorique en compétences
professionnelles réelles”*

Programme d'études

Cette formation a été créée pour permettre aux étudiants d'acquérir les connaissances nécessaires dans ce domaine de manière intensive et efficace. Une occasion d'améliorer vos compétences, avec la commodité de la méthode en ligne la plus efficace sur le marché de l'enseignement. TECH donne aux étudiants la possibilité d'incorporer des connaissances dans ce domaine dans leur cursus universitaire. Mais avec ce programme, vous aurez également accès à un mode de travail conçu pour être totalement compatible avec votre vie professionnelle ou personnelle.

Au cours de ce programme, l'étudiant analysera une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, réalisant ainsi acquérir un apprentissage approfondi qui lui sera d'une grande utilité dans son travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Un plan conçu pour les étudiants, axé sur leur perfectionnement professionnel en les préparant à atteindre l'excellence. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre négociations éducatif grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative ainsi que par un corps professoral exceptionnel qui vous fournira les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 12 mois et est distribué en 10 modules:

- Module 1.** Le secteur économique des centres de soins vétérinaires
- Module 2.** Le business plan appliqué aux centres vétérinaires
- Module 3.** Finance appliquée aux centres vétérinaires
- Module 4.** Stratégie commerciale et innovation dans les centres vétérinaires
- Module 5.** Le client/utilisateur des centres vétérinaires
- Module 6.** Marketing appliquée aux centres vétérinaires
- Module 7.** Gestion des ressources humaines dans les centres vétérinaires
- Module 8.** Compétences en matière de leadership et de gestion appliquées dans les centres vétérinaires
- Module 9.** processus-produit aux centres vétérinaires
- Module 10.** Aspects juridiques et administratifs dans les centres vétérinaires



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce programme entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra d'auto-gérer votre temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel et faire
le saut définitif.*

Module 1. Le secteur économique des centres de soins vétérinaires

<p>1.1. Le rôle de l'animal de compagnie dans la société d'aujourd'hui</p> <p>1.1.1. Les animaux de compagnie et leurs bienfaits sur la santé physique et émotionnelle des gens</p> <p>1.1.2. Les animaux domestiques et le développement sain des enfants</p> <p>1.1.3. Les animaux domestiques et le vieillissement sain</p> <p>1.1.4. Les animaux de compagnie et leurs bienfaits dans la communauté</p> <p>1.1.5. La maltraitance des animaux et sa relation avec la violence domestique</p> <p>1.1.6. Les animaux dans le contexte thérapeutique et de soins</p>	<p>1.2. Le rôle de l'entreprise dans le contexte social actuel</p> <p>1.2.1. Responsabilité sociale des entreprises</p> <p>1.2.2. Le changement climatique et le <i>Green New Deal</i></p> <p>1.2.3. Les objectifs de développement durable (ODD) et l'Agenda 2030</p> <p>1.2.4. Les défis de l'entreprise de services vétérinaires</p>	<p>1.3. Le marché des animaux de compagnie</p> <p>1.3.1. Industrie, commerce de détail et distribution Services.</p> <p>1.3.2. Services vétérinaires cliniques</p> <p>1.3.2.1. Services vétérinaires cliniques</p> <p>1.3.2.2. Services de dressage de chiens</p> <p>1.3.2.3. Services de coiffure</p> <p>1.3.2.4. Contrôle des populations d'animaux sauvages</p> <p>1.3.3. Vente de médicaments vétérinaires</p> <p>1.3.4. Élevage et vente d'animaux de compagnie</p> <p>1.3.5. ONG</p>	<p>1.4. Typologie des installations et services de santé vétérinaire</p> <p>1.4.1. Centres de santé vétérinaires</p> <p>1.4.2. Services sanitaires vétérinaires</p> <p>1.4.3. Partenariats public-privé</p>
<p>1.5. Situation macro-économique du secteur vétérinaire clinique</p> <p>1.5.1. Situation socio-économique sectorielle</p> <p>1.5.2. Situation dans le économique sectorielle</p>	<p>1.6. La santé numérique dans le secteur vétérinaire</p> <p>1.6.1. Numérisation du secteur vétérinaire</p> <p>1.6.2. Facteurs et outils numériques qui faciliteront le changement</p> <p>1.6.3. Facteurs qui ralentissent le développement numérique</p> <p>1.6.4. Différenciateurs numériques</p> <p>1.6.5. Situation actuelle et défis numériques dans le secteur vétérinaire</p>	<p>1.7. Le concept "One Health" appliqué aux centres de soins vétérinaires</p> <p>1.7.1. Le concept global "Une seule santé - Un seul bien-être"</p> <p>1.7.2. Le rôle du vétérinaire clinique dans "One Health"</p>	<p>1.8. Formation des catégories professionnelles dans les établissements de soins vétérinaires</p> <p>1.8.1. Formation des catégories professionnelles dans les centres de soins vétérinaires</p> <p>1.8.2. Formation Continue</p> <p>1.8.3. Double formation</p>
<p>1.9. Stratégie commerciale sectorielle</p> <p>1.9.1. Le partenariat d'affaires: ce qu'il est, comment il est pratiqué et à quoi il sert</p> <p>1.9.2. Intervention proactive dans la création de réglementations affectant le secteur</p>	<p>1.10. Temps d'incertitude, temps de changement et tendances du marché</p> <p>1.10.1. Travailleur avec de nouveaux concepts et sensibilités</p> <p>1.10.2. Le client avec de nouvelles demandes et de nouveaux besoins</p> <p>1.10.3. Nouveaux défis en matière de santé publique</p> <p>1.10.4. Nouvelles formes de communication</p>		

Module 2. Le business plan appliqué aux centres vétérinaires**2.1. Le business plan appliqué aux centres vétérinaires**

- 2.1.1. Planification et contrôle: les deux faces d'une même médaille
- 2.1.2. Pourquoi et comment avoir un plan?
- 2.1.3. Qui doit le faire?
- 2.1.4. Quand faut-il le faire?
- 2.1.5. Comment le faire?
- 2.1.6. Doit-il être écrit?
- 2.1.7. Questions auxquelles il faut répondre
- 2.1.8. Sections du plan d'affaires

2.2. Analyse externe I: l'environnement des établissements vétérinaires

- 2.2.1. Que doit-il contenir?
- 2.2.2. Environnement Politique
- 2.2.3. Environnement Économique
- 2.2.4. Environnement Social
- 2.2.5. Environnement Technologique
- 2.2.6. Environnement Écologique
- 2.2.7. Environnement légal

2.3. Analyse externe II: environnement concurrentiel appliqué au secteur vétérinaire de centres vétérinaires

- 2.3.1. Clients
- 2.3.2. Compétences
- 2.3.3. Fournisseurs
- 2.3.4. Autres

2.4. Analyse interne d'un centre vétérinaire

- 2.4.1. Installations et équipements
- 2.4.2. Personnel
- 2.4.3. Recettes/Dépenses
- 2.4.4. Clients
- 2.4.5. Prix
- 2.4.6. Services
- 2.4.7. Communication avec les clients
- 2.4.8. Formation
- 2.4.9. Fournisseurs
- 2.4.10. Compétences

2.5. DAFO et CAME appliqué aux centres vétérinaires

- 2.5.1. Faiblesses
- 2.5.2. Points forts
- 2.5.3. Menaces
- 2.5.4. Opportunités
- 2.5.5. Le contenu
- 2.5.6. Affronter
- 2.5.7. Maintenance
- 2.5.8. Exploitation

2.6. Objectifs des centres vétérinaires en tant qu'entreprises

- 2.6.1. Que sont-ils?
- 2.6.2. Caractéristiques: SMART
- 2.6.3. Types

2.7. Stratégies commerciales dans les centres vétérinaires

- 2.7.1. Les 7 P du marketing de service
- 2.7.2. Produit - Service
- 2.7.3. Prix
- 2.7.4. Distribution
- 2.7.5. Communication
- 2.7.6. Personnes
- 2.7.7. Procédures
- 2.7.8. Essai

2.8. Plan d'action pour une stratégie de centre vétérinaire

- 2.8.1. En quoi consiste-t-il?
- 2.8.2. Comment élaborer une stratégie?
- 2.8.3. Que faut-il prendre en compte dans chaque action?
- 2.8.4. Priorité des actions en fonction de leur pertinence pour l'entreprise
- 2.8.5. Calendrier

2.9. Plan de contrôle et de suivi du plan d'affaires d'un centre vétérinaire

- 2.9.1. Planification et Contrôle
- 2.9.2. Qu'est-ce que c'est et pourquoi est-ce nécessaire?
- 2.9.3. Qui et comment contrôler?
- 2.9.4. Suivi basé sur des indicateurs
- 2.9.5. Prise de décision

2.10. Plan de contrôle et de suivi du plan d'affaires d'un centre vétérinaire

- 2.10.1. Qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert?
- 2.10.2. Comment s'y prendre
- 2.10.3. Comment l'utiliser

Module 3. Finance appliquée aux centres vétérinaires

3.1. Dépenses et recettes dans un centre vétérinaire

- 3.1.1. Coûts fixes
- 3.1.2. Coûts variables
- 3.1.3. Coûts directs
- 3.1.4. Coûts indirects
- 3.1.5. Revenus des services
- 3.1.6. Revenus de la vente de produits
- 3.1.7. Marge brute
- 3.1.8. Marge nette
- 3.1.9. Marge à l'achat
- 3.1.10. Marge sur les ventes

3.2. Le compte de profits et pertes d'un centre vétérinaire

- 3.2.1. EBITDA
- 3.2.2. EBIT ou BAIL
- 3.2.3. Rentabilité
- 3.2.4. Productivité
- 3.2.5. Résultat net

3.3. Gestion du stock d'entrepôt dans un centre vétérinaire

- 3.3.1. Coût des ventes
- 3.3.2. Caractéristiques de ce qu'un système de gestion du stock?
- 3.3.3. Approvisionnement et contrôle des stocks
- 3.3.4. Point d'alerte du stock
- 3.3.5. Stock de sécurité
- 3.3.6. Point de commande
- 3.3.7. Rotation des stocks

3.4. Ratios des ventes dans un centre vétérinaire. Le seuil de rentabilité

- 3.4.1. Principaux chiffres clés pratiques dans un centre vétérinaire
 - 3.4.1.1. Fréquence des transactions
 - 3.4.1.2. Montant moyen des transactions
 - 3.4.1.3. Dépenses moyennes par client
 - 3.4.1.4. Nombre de transactions quotidiennes
 - 3.4.1.5. Nombre de transactions par an
- 3.4.2. Concept de seuil de rentabilité
- 3.4.3. Calcul prospectif du seuil de rentabilité
- 3.4.4. Calcul rétrospectives du seuil de rentabilité

3.5. Analyse du coût des services dans un centre vétérinaire. Investissements technologiques

- 3.5.1. Fondements de l'analyse des coûts dans les établissements vétérinaires
 - 3.5.1.1. Analyse des coûts du cabinet vétérinaire
 - 3.5.1.2. Analyse des coûts du cabinet vétérinaire
- 3.5.2. Calculer le rendement d'un investissement technologique

3.6. Contrôle de la trésorerie et gestion budgétaire dans les établissements vétérinaires

- 3.6.1. Les bases du contrôle de la trésorerie
- 3.6.2. Outils pour le contrôle de la population
- 3.6.3. Principes fondamentaux de la gestion budgétaire
- 3.6.4. Outils pour la gestion budgétaire

3.7. évaluation économique d'un centre vétérinaire

- 3.7.1. Fondements de l'évaluation économique d'un centre vétérinaire
- 3.7.2. Méthodologie pour une Évaluation de centre vétérinaire
- 3.7.3. Fonds de commerce

3.8. Indicateurs clés de gestion dans les centres vétérinaires

- 3.8.1. Concepts
- 3.8.2. Informations de base
- 3.8.3. Indicateurs les plus fréquents dans les centres vétérinaires
- 3.8.4. Indicateurs fondamentaux des ressources humaines
- 3.8.5. Indicateurs de base de la qualité du service à la clientèle
- 3.8.6. Sélection d'indicateurs clés de gestion

3.9. Le tableau de bord financier équilibré appliqué aux centres vétérinaires

- 3.9.1. Principes fondamentaux des tableaux de bord financiers
- 3.9.2. Analyse des tendances et comparaisons entre les périodes
- 3.9.3. Fonctionnement du panneau de commande
- 3.9.4. Interprétation des résultats du tableau de bord

3.10. Le bilan de Situation dans un centre vétérinaire

- 3.10.1. Concept
- 3.10.2. Structure du bilan
- 3.10.3. Composition du bilan
- 3.10.4. Évaluation des actifs
- 3.10.5. Diagnostic du bilan et du compte de résultat
- 3.10.6. Analyse du bilan
- 3.10.7. Etude des chiffres clés les plus intéressants d'un bilan comptable
- 3.10.8. Analyse dynamique des actifs
- 3.10.9. Analyse du compte de résultat
- 3.10.10. Indicateurs du compte de résultat

Module 4. Stratégie commerciale et innovation dans les centres vétérinaires**4.1. Le rôle du gestionnaire du centre vétérinaire**

- 4.1.1. Gestion générale
- 4.1.2. Gestion des ressources humaines
- 4.1.3. Gestion financière
- 4.1.4. Gestion de la santé au travail
- 4.1.5. Gestion des technologies de l'information
- 4.1.6. Marketing et gestion des ventes
- 4.1.7. Gestion du service clientèle et relations publiques
- 4.1.8. Gestion du changement

4.2. Planification stratégique dans les centres vétérinaires

- 4.2.1. Définitions
- 4.2.2. Sens de la stratégie commerciale
- 4.2.3. Plan stratégique d'un centre vétérinaire

4.3. L'étape philosophique de la planification stratégique d'un centre vétérinaire

- 4.3.1. Définition
- 4.3.2. Éléments
 - 4.3.2.1. Mission
 - 4.3.2.2. Vision
 - 4.3.2.3. Valeurs
 - 4.3.2.4. Outils
 - 4.3.2.5. Objectifs stratégiques
- 4.3.3. Exemples pratiques

4.4. Le business plan appliqué aux centres vétérinaires traditionnels

- 4.4.1. Introduction
- 4.4.2. Structure des centres vétérinaires
- 4.4.3. Services
- 4.4.4. Personnel d'un centre vétérinaire

4.5. La recherche pour l'innovation dans les centres vétérinaires

- 4.5.1. Concept d'innovation dans le secteur vétérinaire
- 4.5.2. La stratégie Blue Ocean appliquée aux centres vétérinaires
 - 4.5.2.1. Concept
 - 4.5.2.2. Outils d'analyse
- 4.5.3. La Méthodologie de canevas pour l'innovation dans les centres vétérinaires
 - 4.5.3.1. Description
 - 4.5.3.2. Opérationnel
- 4.5.4. La Formulation de stratégie pour l'innovation dans les centres vétérinaires
 - 4.5.4.1. Génération de nouvelles idées et synthèse
 - 4.5.4.2. Pôles d'innovation

4.6. Concevoir la proposition de valeur pour les clients des centres vétérinaires

- 4.6.1. Le profil du client/utilisateur des centres vétérinaires
- 4.6.2. La carte des valeurs
- 4.6.3. Adéquation entre la proposition de valeur et le profil de la clientèle appliquée aux centres vétérinaires

4.7. Prototypage de dans l'innovation appliqué aux centres vétérinaires

- 4.7.1. Le système d'innovation minimum viable
- 4.7.2. Tableau de bord mondial de l'innovation
- 4.7.3. Plan d'innovation opérationnelle

4.8. Modèles d'entreprise dans le secteur des soins de santé vétérinaires

- 4.8.1. Désagrégation des modèles économiques
- 4.8.2. *Long Tail*
- 4.8.3. Plateformes multilatérales
- 4.8.4. Le modèle économique GRATUIT (*Freemium*)
- 4.8.5. Modèles d'entreprises ouvertes

4.9. Le design thinking et son application dans les centres vétérinaires

- 4.9.1. Concept
- 4.9.2. Lignes directrices et clés
- 4.9.3. Outils

4.10. Recherche d'amélioration continue de la stratégie commerciale dans les cabinets vétérinaires

- 4.10.1. Surveillance du Plan stratégique d'un centre vétérinaire
- 4.10.2. Mise en œuvre d'améliorations en matière de une stratégie de centre vétérinaire

Module 5. Le client/utilisateur des centres vétérinaires

5.1. Le service à la clientèle dans les centres vétérinaires

- 5.1.1. L'excellence du service à la clientèle
- 5.1.2. La gestion du service à la clientèle
- 5.1.3. La conformité dans les centres vétérinaires comme outil de fidélisation

5.2. La communication en face à face dans les centres vétérinaires

- 5.2.1. Avantages pratiques de la communication avec les clients
- 5.2.2. Paradigma actual
- 5.2.3. Besoins des Clients
- 5.2.4. Gestion de la qualité du service à la clientèle
 - 5.2.4.1. Canaux de communication avec les clients
 - 5.2.4.2. Systèmes informatiques/bases de données (CRM)
 - 5.2.4.3. Enquêtes d'évaluation de la qualité

5.3. Compétences essentielles en matière de communication pour les professionnels des cabinets vétérinaires

- 5.3.1. La question dans la communication professionnelle
- 5.3.2. L'écoute dans la communication professionnelle
- 5.3.3. Communication non verbale
- 5.3.4. Communication verbale
- 5.3.5. Proxémie dans les centres vétérinaires

5.4. L'empathie comme compétence fondamentale au XXIe siècle dans la relation avec les clients dans les centres vétérinaires.

- 5.4.1. Définition et description.
- 5.4.2. Expressions d'empathie
- 5.4.3. Outils pour travailler l'empathie avec les clients dans les cliniques vétérinaires

5.5. Méthodologie pour gérer avec succès les situations difficiles avec les clients dans un cabinet vétérinaire

- 5.5.1. Les quatre habitudes essentielles des praticiens très efficaces
- 5.5.2. Caractéristiques des conflits entre les professionnels et leurs clients
- 5.5.3. Méthodologie pour gérer les situations difficiles avec les clients dans cabinet vétérinaire
 - 5.5.3.1. Identifier le problème
 - 5.5.3.2. Découvrir la signification
 - 5.5.3.3. Saisir les opportunités
 - 5.5.3.4. Établir les limites de la relation
 - 5.5.3.5. Étendre l'aide pour résoudre le problème
- 5.5.4. Outil pour l'amélioration des compétences en communication professionnelle

5.6. La communication du cabinet vétérinaire

- 5.6.1. Introduction
- 5.6.2. Le modèle Calgary-Cambridge appliqué à la pratique vétérinaire
 - 5.6.2.1. Phase de préparation
 - 5.6.2.2. Initiation de la technique
 - 5.6.2.3. Collecte d'informations
 - 5.6.2.4. Résultats et planification
 - 5.6.2.5. Fournir des informations adéquates
 - 5.6.2.6. La compréhension mutuelle
 - 5.6.2.7. Fin de la consultation
- 5.6.3. Communiquer les mauvaises nouvelles aux clients des cliniques vétérinaires

5.7. Stratégies pour les relations avec les clients dans un cabinet vétérinaire

- 5.7.1. Marketing Relationnel
- 5.7.2. Principales attentes des clients et des utilisateurs des centres vétérinaires
- 5.7.3. Gestion de la relation client à long terme
 - 5.7.3.1. Modèle MSMC (meilleur service pour les meilleurs clients)
 - 5.7.3.2. Le nouveau paradigme de la CRM

5.8. Segmentation et ciblage de la clientèle dans un centre vétérinaire

- 5.8.1. Segments et portefeuilles de clients
 - 5.8.1.1. Processus de carthérisation dans les centres vétérinaires
- 5.8.2. Avantages stratégiques de la carthérisation
- 5.8.3. Les clients les plus précieux (MVC)

5.9. Expérience client (CX) et expérience utilisateur (UX) dans les cabinets vétérinaires

- 5.9.1. Le moment de vérité
- 5.9.2. Éléments qui composent l'expérience client
- 5.9.3. L'expérience de l'utilisateur

5.10. Application pratique de l'expérience client et utilisateur dans les centres vétérinaires

- 5.10.1. Phases
 - 5.10.1.1. Étude et analyse des expériences des utilisateurs
 - 5.10.1.2. Définition de la plateforme expérientielle
 - 5.10.1.3. Conception et planification des expériences
 - 5.10.1.4. Structurer le contact ou la réunion avec les clients
 - 5.10.1.5. Méthodologie pratique

Module 6. Marketing appliquée aux centres vétérinaires**6.1. Marketing dans les centres vétérinaires**

- 6.1.1. Définitions
- 6.1.2. Besoins-Motifs d'achat
- 6.1.3. L'offre et la demande
- 6.1.4. L'évolution du marketing
- 6.1.5. Les entreprises d'aujourd'hui
- 6.1.6. Le client d'aujourd'hui
- 6.1.7. La fidélité : Le marketing du XXI^e siècle

6.2. Qu'est-ce qui est vendu dans les centres vétérinaires?

- 6.2.1. Produits
- 6.2.2. Services
- 6.2.3. Différences entre les produits et les services
- 6.2.4. Les 4P des produits
- 6.2.5. Les 7P des Services

6.3. Services - produits dans les centres vétérinaires

- 6.3.1. Portefeuille de services
- 6.3.2. Portefeuille de produits
- 6.3.3. Comment vendre des produits?
- 6.3.4. Comment vendre des services?
- 6.3.5. Différenciation - Valeur ajoutée
- 6.3.6. Technique CABE
- 6.3.7. Le neuromarketing et son application à la vente

6.4. Services - produits dans le prix de centres vétérinaires

- 6.4.1. L'importance du prix dans une entreprise
- 6.4.2. La relativité du prix dans les services
- 6.4.3. Comment fixer le prix d'un service?
- 6.4.4. Comment fixer le prix d'un Produits?
- 6.4.5. Liste de prix
- 6.4.6. Comment fixer le prix d'un service client?
- 6.4.7. Comment répondre aux commentaires sur les prix élevés?
- 6.4.8. Courbe d'élasticité demande-prix
- 6.4.9. Modèles commerciaux de tarification dans les centres vétérinaires
- 6.4.10. Comment tout collecter et que faire sinon?

6.5. Communication avec le client dans les centres vétérinaires

- 6.5.1. Communication avec le client interne: employés
- 6.5.2. Besoin: coordination des messages
- 6.5.3. Multicanal et omnicanal
- 6.5.4. Dans la salle d'attente
- 6.5.5. Service téléphonique
- 6.5.6. Lors de la consultation
- 6.5.7. Rappel
- 6.5.8. Campagnes de santé préventive
- 6.5.9. Dr. Google Vet. et sa prise en charge par le vétérinaire
- 6.5.10. Raisons pour lesquelles un client change de vétérinaire
- 6.5.11. Enquêtes de satisfaction
- 6.5.12. Plaintes dans un centre vétérinaire

6.6. Publicité dans les centres vétérinaires

- 6.6.1. Quel type de clients est-ce que je veux atteindre?
- 6.6.2. salle d'attente
- 6.6.3. Articles promotionnels
- 6.6.4. Médias imprimés
- 6.6.5. Médias digitaux
- 6.6.6. Autre

6.7. La vente croisée dans les centres vétérinaires

- 6.7.1. Qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert?
- 6.7.2. Types de ventes croisées
- 6.7.3. Comment cela peut-il être fait?
- 6.7.4. Service + Service
- 6.7.5. Service + Produit
- 6.7.6. Produit + Produit
- 6.7.7. Travail d'équipe

6.8. Merchandising

- 6.8.1. Définitions
- 6.8.2. Les piliers
- 6.8.3. Objectifs
- 6.8.4. Le processus de décision d'achat et d'achat
- 6.8.5. L'Extérieur
 - 6.8.5.1. Façade
 - 6.8.5.2. Identité
 - 6.8.5.3. Ports
 - 6.8.5.4. Vitrine
- 6.8.6. L'intérieur
 - 6.8.6.1. Assortiment
 - 6.8.6.2. Aménagement de l'espace
- 6.8.7. Gestion des stocks
- 6.8.8. Animation au point de vente
 - 6.8.8.1. Externe
 - 6.8.8.2. Interne
 - 6.8.8.3. PLV
 - 6.8.8.4. Promotions

6.9. Marketing digital dans les centres vétérinaires

- 6.9.1. Généralités
- 6.9.2. L'effet ROPO
- 6.9.3. *Blending* Marketing: offline y online
- 6.9.4. Pages web d'un centre vétérinaire
- 6.9.5. Réseaux Sociaux appliquée aux centres vétérinaires
 - 6.9.5.1. Facebook
 - 6.9.5.2. Twitter
 - 6.9.5.3. Instagram
 - 6.9.5.4. Canal YouTube
- 6.9.6. *Email* Marketing
- 6.9.7. Outils messagerie instantanée

6.10. Des outils de fidélisation pour les clients des centres vétérinaires

- 6.10.1. Tous les clients n'ont pas la même valeur
- 6.10.2. Plans de santé
- 6.10.3. Campagnes de santé préventive
- 6.10.4. Assurance vétérinaire
- 6.10.5. Systèmes d'accumulation de points
- 6.10.6. Coupons de réduction
- 6.10.7. Autre

Module 7. Gestion des ressources humaines dans les centres vétérinaires

7.1. Planification stratégique du personnel d'un centre vétérinaire I

- 7.1.1. Taille de l'équipement
- 7.1.2. Compétences et talents
- 7.1.3. Rôles, responsabilités et tâches

7.2. Planification stratégique du personnel d'un centre vétérinaire II

- 7.2.1. Analyse et Description du Poste de Travail
- 7.2.2. Objectifs du poste
- 7.2.3. Organigramme

7.3. Processus des sélection dans un centre vétérinaire I

- 7.3.1. Profils
- 7.3.2. Conception de l'Offre de Travail
- 7.3.3. Réception et sélection des CV

7.4. Processus des sélection dans un centre vétérinaire II

- 7.4.1. Lecture des CV: détection des compétences, références, etc
- 7.4.2. Modèle d'entretien d'embauche, questions clés
- 7.4.3. Communication avec les Candidats

7.5. Recrutement et intégration du personnel dans un centre vétérinaire

- 7.5.1. Recrutement, catégories professionnelles
- 7.5.2. Fiche de paie
- 7.5.3. Processus d'accueil

7.6. Formation du gestionnaire du centre vétérinaire

- 7.6.1. Objectifs de la formation
- 7.6.2. Formation interne et externe
- 7.6.3. Évaluation et aspects économiques de la formation
- 7.6.4. Plans de carrière

7.7. Plaintes dans un centre vétérinaire

- 7.7.1. Une communication efficace
- 7.7.2. Outils de communication interne
- 7.7.3. Réunions efficaces

7.8. Évaluation des performances du personnel d'un centre vétérinaire

- 7.8.1. Concepts et importances
- 7.8.2. Établissement d'indicateurs
- 7.8.3. Modèles d'évaluation
- 7.8.4. Implantation
- 7.8.5. Relations avec les incitations

7.9. Maintien du personnel de valeur dans les établissements vétérinaires

- 7.9.1. Satisfaction au travail
- 7.9.2. Motivation
- 7.9.3. Reconnaissance et récompenses
- 7.9.4. Promotion et avancement

7.10. Rémunération des employés des centres vétérinaires

- 7.10.1 Salaires par catégorie
- 7.10.2 Fixe et variable
- 7.10.3 Critères pour la mise en place de primes
- 7.10.4 Types d'incitations: économiques et non économique
- 7.10.5 Salaire émotionnel

Module 8. Compétences en matière de leadership et de gestion appliquées dans les centres vétérinaires**8.1. Compétences essentielles en matière de gestion pour un gestionnaire et/ou un propriétaire de centre vétérinaire**

- 8.1.1. L'adresse
- 8.1.2. Prise de décision
- 8.1.3. Capacité de résolution
- 8.1.4. Flexibilité
- 8.1.5. Conscience de soi
- 8.1.6. Assertivité
- 8.1.7. Communication
- 8.1.8. Intelligence émotionnelle

8.2. Le leadership appliqué aux centres vétérinaires

- 8.2.1. Caractéristiques d'un leader
- 8.2.2. Les avantages du leadership
- 8.2.3. Exercices du leader
- 8.2.4. La délégation
 - 8.2.4.1. Stratégie de délégation
 - 8.2.4.2. Sélection des tâches
 - 8.2.4.3. Processus de qualification
- 8.2.5. Entretiens de motivation avec les employés
 - 8.2.5.1. Méthode GROW/MAP

8.3. Négociation pour le gestionnaire du centre vétérinaire

- 8.3.1. Compétences en matière de négociation
- 8.3.2. Types et styles de négociation
- 8.3.3. Étapes de la Négociation
 - 8.3.3.1. Préparation
 - 8.3.3.2. Discussion et argumentation
 - 8.3.3.3. Propositions
 - 8.3.3.4. Échange
 - 8.3.3.5. Fermeture
 - 8.3.3.6. Suivi
- 8.3.4. Tactiques et techniques de négociation
- 8.3.5. Stratégies

8.4. La gestion du temps du responsable du centre vétérinaire

- 8.4.1. Ralentir, réfléchir, analyser et décider
- 8.4.2. Connaissance intérieure
- 8.4.3. Comment établir des priorités?
- 8.4.4. Agir
- 8.4.5. Planification et organisation
- 8.4.6. Voleurs de temps

8.5. Évaluation des performances du personnel d'un centre vétérinaire?

- 8.5.1. Confiance en soi
- 8.5.2. Faire confiance aux autres
- 8.5.3. Autocritique constructive
- 8.5.4. Respect et responsabilité
- 8.5.5. Honnêteté
- 8.5.6. Essai/erreur

8.6. Gestion de la productivité du responsable du centre vétérinaire

- 8.6.1. Les voleurs de productivité
- 8.6.2. La méthode *Getting Things Done*® (GTD)
 - 8.6.2.1. Principes fondamentaux
 - 8.6.2.2. Collecter ou capturer
 - 8.6.2.3. Traiter ou clarifier
 - 8.6.2.4. Organisation
 - 8.6.2.5. Vérifiez
 - 8.6.2.6. Faire

8.7. Des équipes professionnelles performantes dans les établissements vétérinaires

- 8.7.1. Groupes de travail
- 8.7.2. Caractéristiques de l'équipement professionnel
- 8.7.3. Bénéfices d'une équipe très performante
- 8.7.4. Exemples pratiques

8.8. Identifier et résoudre les conflits internes dans les établissements vétérinaires

- 8.8.1. La méthode des cinq dysfonctionnements des équipes professionnelles
 - 8.8.1.1. Manque de confiance
 - 8.8.1.2. La peur du conflit
 - 8.8.1.3. Manque d'engagement
 - 8.8.1.4. L'évitement de la responsabilité
 - 8.8.1.5. Désintérêt pour les résultats
- 8.8.2. Les causes d'échec des équipes professionnelles

8.9. Prévention de la toxicité interne dans les centres vétérinaires

- 8.9.1. Santé organisationnelle
- 8.9.2. Mesures préventives
 - 8.9.2.1. Créer une équipe de direction cohérente
 - 8.9.2.2. Créer de la clarté au sein de l'organisation
 - 8.9.2.3. Communiquer trop clairement
 - 8.9.2.4. Renforcer la clarté

8.10. Gestion changement dans le responsable centre vétérinaire

- 8.10.1. Audit de croyance
- 8.10.2. Développement du caractère
- 8.10.3. Actions pour le changement

Module 9. processus-produit aux centres vétérinaires

9.1. Introduction aux processus de production dans les établissements vétérinaires

- 9.1.1. Concept de processus d'affaires
- 9.1.2. Introduction aux processus d'affaires
- 9.1.3. Représentation graphique des processus
- 9.1.4. Normalisation des processus
- 9.1.5. Exemples pratiques de processus dans les établissements vétérinaires

9.2. Analyse des processus de production dans les centres vétérinaires

- 9.2.1. Système de gestion des processus
- 9.2.2. Mesure, analyse et amélioration des processus d'entreprise
- 9.2.3. Caractéristiques d'un processus bien dirigé et bien administré

9.3. La productivité des entreprises dans le secteur des centres de santé vétérinaires

- 9.3.1. Se concentrer sur les objectifs clés
- 9.3.2. Valeur ajoutée générée pour le client
- 9.3.3. Analyse de la valeur fournie par les processus
- 9.3.4. Compétitivité
- 9.3.5. Productivité Analyse des pertes et des améliorations

9.4. Modèles de gestion d'entreprise appliqués au secteur des soins de santé vétérinaires

- 9.4.1. Gestion traditionnelle des masses
- 9.4.2. Gestion basée sur le modèle *Lean*
- 9.4.3. Gestion basée sur un modèle traditionnel amélioré

9.5. Introduction au modèle de gestion Lean appliqué aux centres vétérinaires.

- 9.5.1. Principes de base et Caractéristiques
- 9.5.2. Flux d'activités
- 9.5.3. Système de traction *Pull*
- 9.5.4. Débit-*Pull*
- 9.5.5. L'amélioration continue

9.6. Les déchets dans un modèle de production appliqué aux centres vétérinaires

- 9.6.1. Déchets, Déchets ou mue
- 9.6.2. Types de déchets
- 9.6.3. Les causes des déchets
- 9.6.4. Élimination des siloxanes

9.7. Mise en œuvre du modèle de gestion Lean dans les centres vétérinaires I

- 9.7.1. Conditionnement du processus
- 9.7.2. Débit*Pull* équilibré et flexible
- 9.7.3. Transition d'un modèle traditionnel à la mise en œuvre du *Lean*
- 9.7.4. Étape 1: Établissement d'un flux régulier et ininterrompu

9.8. Mise en œuvre du modèle de gestion Lean dans les centres vétérinaires II

- 9.8.1. Deuxième étape: consolider les flux, éliminer les gaspillages, assurer la qualité et standardiser les opérations
- 9.8.2. Étape 3: Établissement du flux *Pull*
- 9.8.3. Étape 4: Flexibilité du rythme de production

9.9. Mise en œuvre du modèle de gestion Lean dans les centres vétérinaires III

- 9.9.1. Étape 5: Flexibilité dans le type de produit
- 9.9.2. Étape 6: Mise en œuvre complète d'un flux *Pull* équilibré, nivelé et multiproduit
- 9.9.3. Étape 7: gestion et contrôle simples

9.10. Outils pour la mise en œuvre de la méthode Lean appliquée aux centres vétérinaires

- 9.10.1. La carte de la chaîne de valeur (*Value Stream Map*)
- 9.10.2. A3: analyse des nouvelles approches ou des problèmes à résoudre

Module 10. Aspects juridiques et administratifs dans les centres vétérinaires**10.1. Modèles d'entreprises dans le secteur des soins de santé vétérinaires**

- 10.1.1. Selon le type de responsabilité
- 10.1.2. En fonction du nombre de membres
- 10.1.3. Selon le capital social

10.2. Protection des données dans un centre vétérinaire

- 10.2.1. Lois sur la protection des données
- 10.2.2. Protocole d'action
- 10.2.3. Protocole traitement des données
- 10.2.4. Registre des activités
- 10.2.5. Rapports réglementaires
- 10.2.6. Le responsable du traitement des données

10.3. Santé au travail dans les centres vétérinaires

- 10.3.1. Risques psychosociaux
- 10.3.2. Risques ergonomiques
- 10.3.3. Risques biologiques
- 10.3.4. Risques chimiques
- 10.3.5. Risques physiques
- 10.3.6. Sécurité et santé

10.4. Ley del Medicamento en centros sanitarios veterinarios

- 10.4.1. Aspects de la loi sur les médicaments à prendre en compte
- 10.4.2. Ordonnances: délivrance, contrôle, enregistrement
- 10.4.3. Ordonnance en cascade
- 10.4.4. Des recettes exceptionnelles

10.5. Convention collective de travail pour le secteur des centres de santé vétérinaires

- 10.5.1. Organisation du travail et fonctions
 - 10.5.1.1. Paiements salariaux et non salariaux
- 10.5.2. Journée de travail
 - 10.5.2.1. Congés payés et autorisations d'absence
- 10.5.3. Formation et Cours professionnelles
- 10.5.4. Modalités de recrutement
- 10.5.5. Code de conduite du travail
- 10.5.6. Le comité mixte

10.6. Éthique vétérinaire et déontologie professionnelle

- 10.6.1. Code de valeurs éthiques
- 10.6.2. Principes fondamentaux de l'éthique
- 10.6.3. Responsabilités professionnelles
- 10.6.4. Bien-être et maltraitance des animaux
- 10.6.5. Le code d'éthique professionnelle vétérinaire

10.7. Responsabilité civile dans l'exercice de l'activité dans les centres de santé vétérinaires

- 10.7.1. Concept
- 10.7.2. Les cas de responsabilité civile du vétérinaire
- 10.7.3. Responsabilité pour faute ou négligence
- 10.7.4. La procédure civile

10.8. Gestion des dettes dans les centres vétérinaires

- 10.8.1. Documents de reconnaissance de dette
- 10.8.2. Report et financement des recouvrements
- 10.8.3. Communication avec les débiteurs
- 10.8.4. Procédure d'injonction de payer

10.9. Gestion des achats. dans les centres vétérinaires

- 10.9.1. Budgets
- 10.9.2. Gestion des paiements
- 10.9.3. Financement et report de paiement

10.10. Communication par téléphone avec le client dans les centres vétérinaires

- 10.10.1. Protocoles de communication téléphonique
- 10.10.2. Communication avec les clients
- 10.10.3. Communication interne et journaux d'appels

07

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



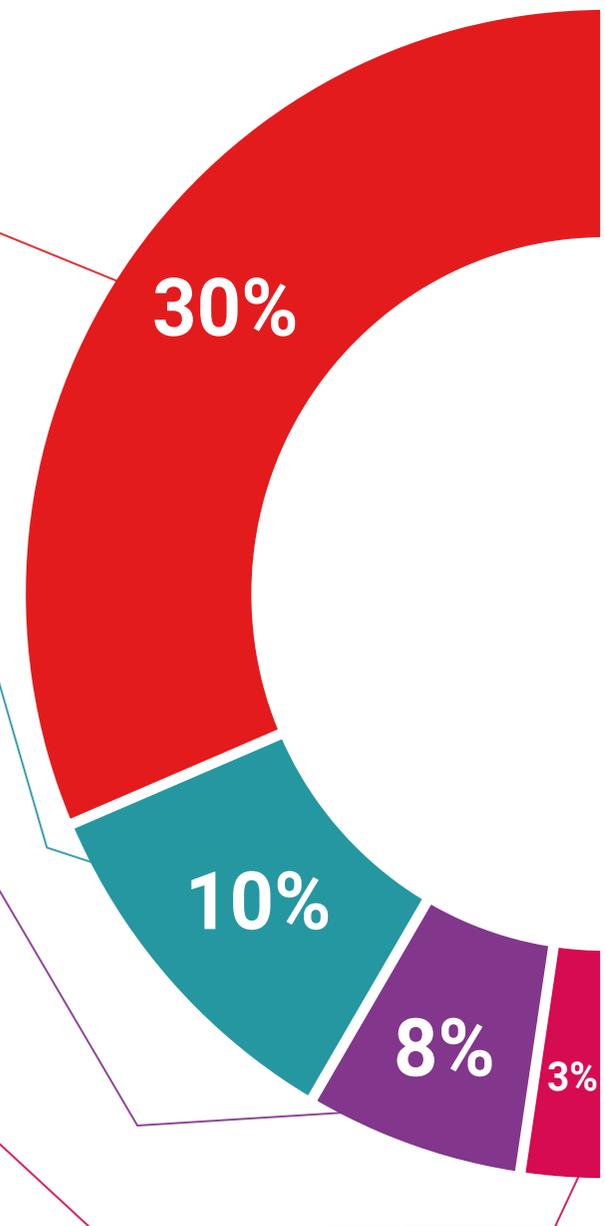
Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Le programme TECH s'adresse aux professionnels qui souhaitent intervenir dans la direction et la gestion de cliniques vétérinaires, en maîtrisant tous les aspects nécessaires pour la mener à bien de manière très efficace.





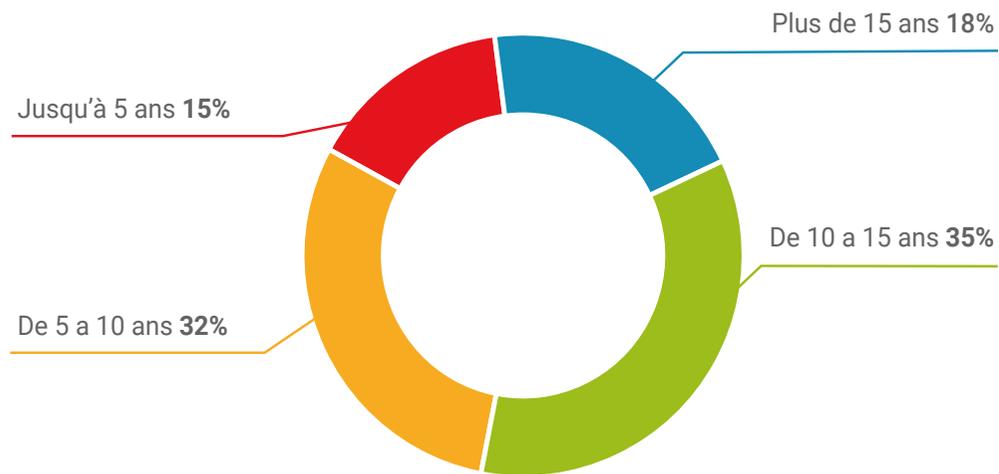
“

*Sivous souhaitez une évolution de
carrière en continuant à travailler,
ce programme est fait pour vous"*

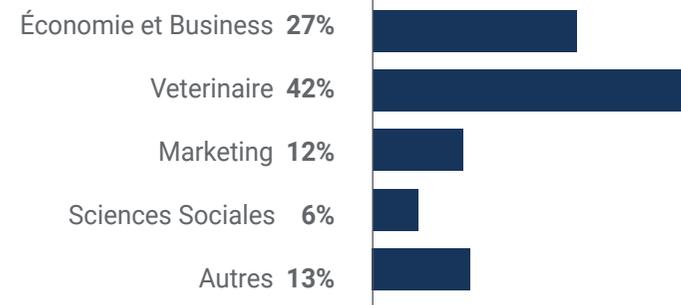
Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

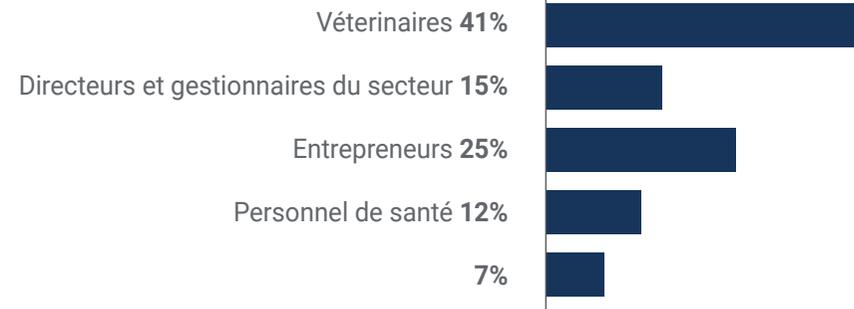
Années d'expérience



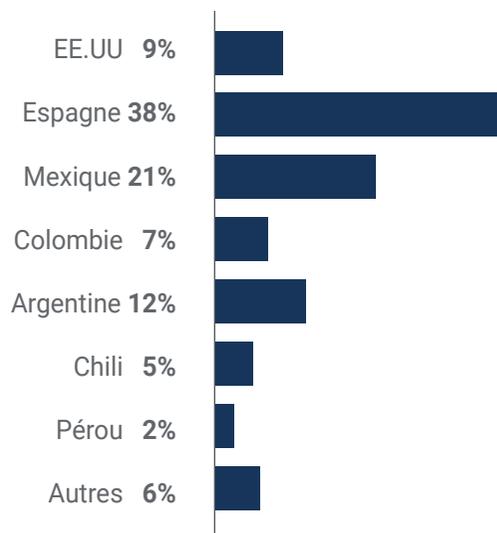
Formation



Profil Académique



Distribution géographique



Amelia López

Directrice d'un centre vétérinaire

"Mes études en marketing et en gestion devaient être actualisées dans ce domaine afin de pouvoir travailler dans la gestion des cliniques vétérinaires, ce qui était mon objectif de carrière. Ce programme a été la réponse à cette question, et peu de temps après l'avoir terminé, j'ai obtenu un poste dans une clinique vétérinaire, réalisant ainsi mes rêves professionnels".

09

Direction de la formation

Le corps enseignant programme se compose d'experts de premier plan gestion et direction de centres vétérinaires. Ils apportent ainsi l'expérience de leur travail. De plus, d'autres spécialistes de prestige reconnu dans des domaines connexes participent à sa conception et à sa préparation, complétant le Mastère Spécialisé de manière interdisciplinaire, ce qui en fait, par conséquent, une expérience unique au niveau académique pour l'étudiant.



“

Nous disposons de la meilleure équipe pédagogique pour vous mettre à jour dans les pratiques les plus importantes pour la direction et la gestion des centres vétérinaires"

Direction



M. Barreneche Martínez, Enrique

- ◆ Directeur de la société de conseil VetsPower.com, une société de conseil aux entreprises exclusivement dédiée aux centres de santé vétérinaires pour animaux de compagnie
- ◆ Diplômé en Médecine Vétérinaire de l'Université Complutense de Madrid en 1990
- ◆ Vice-président de l'association patronale provinciale du secteur vétérinaire d'Alicante, AEVA, et trésorier de la Confédération des associations patronales du secteur vétérinaire d'Espagne (CEVE)
- ◆ Co-fondateur du Groupe de Travail Gestion et Administration (GGA) de l'AVEPA, dont il a été le président entre 2011 et 2013
- ◆ Expérience d'une entreprise personnelle. Fondateur et propriétaire du centre vétérinaire Amic à Alicante de 1991 à 2018, transféré pour se consacrer exclusivement à la gestion d'entreprise dans le secteur des centres de santé vétérinaire pour animaux de compagnie
- ◆ Auteur des livres sur la gestion des affaires dans les centres vétérinaires "¿Quién se ha llevado mi centro veterinario ? (2009) et "J'ai trouvé mon centre vétérinaire ! (2013)
- ◆ Co-auteur de deux livres et auteur de chapitres spécifiques dans d'autres publications pour la formation des assistants de clinique vétérinaire (VCA)
- ◆ Intervenant dans divers cours et ateliers sur la gestion commerciale des centres vétérinaires, sur place et en ligne, en Espagne et à l'étranger
- ◆ Depuis 1999, il a donné de nombreuses conférences, cours et webinaires pour le personnel auxiliaire des centres vétérinaires

Professeurs

M. Villaluenga, José Luis

- Diplômé de Médecine Sciences Biologiques à l'Université Complutense de Madrid (1979)
- Master en marketing numérique, EAE et Université de Barcelone (2016)
- Master en Management et Gestion de l' RRHH, EAE et Université de Barcelone (2018)
- Professeur associé depuis 2012 à la Faculté de Médecine Vétérinaire de l'Université Alfonso X El Sabio, Madrid (Espagne) dans le diplôme de Médecine Vétérinaire, dans les matières de Génétique Vétérinaire 1er Cours et Ethnologie 2ème (Module: Gestion et marketing dans le domaine vétérinaire)
- Professeur dans le domaine du " Service à la clientèle ", depuis 2017, à FORVET, Centre de formation vétérinaire pour les assistants techniques vétérinaires, à Madrid (Espagne)
- Professeur du Master en Médecine Sportive Équine à l'Université de Cordoue (Espagne), à partir de 2019. Module: Marketing et gestion de l'entreprise vétérinaire équine
- Conférencier du grade d'expert en physiothérapie et réadaptation des petits animaux : Chiens et chats, zone: Gestion commerciale d'un centre de réhabilitation de petits animaux, depuis 2017, à l'Université Complutense de Madrid (Espagne)
- De 2016 à aujourd'hui: Création comme l'un des 2 associés fondateurs de la société Rentabilidad Veterinaria, SL. Cette société se consacre à la gestion commerciale de centres vétérinaires pour animaux de compagnie. Il propose des services de conseil, de formation, d'évaluation d'entreprises, de gestion des ressources humaines, de gestion économique et financière et de constitution de nouvelles sociétés
- De 2000 à aujourd'hui: Il travaille avec un consultant spécialisé dans la gestion commerciale des centres vétérinaires

M. Martín González, Abel

- Diplômé de Médecine Vétérinaire à l'Université Complutense de Madrid, 1989
- Études doctorales, sans présentation d'une thèse
- Enseignant collaborant avec la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha dans le cadre de cours sur la gestion des exploitations d'élevage
- Conférences sur l'échographie et le contrôle de la reproduction organisées par AESLA (Asociación de Criadores de Raza Lacaunne) dans différents endroits en Espagne
- Intervenant dans le cadre du cycle de conférences sur les maladies taurines organisé par le Colegio de Veterinarios de Madrid
- Conférences sur la gestion des centres vétérinaires organisées par le groupe de gestion de l'AVEPA
- Intervenant dans plusieurs congrès nationaux organisés par l'AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- Expert INCUAL dans la rédaction de la qualification professionnelle d'assistance et d'aide sanitaire dans la gestion des animaux de ferme
- Vétérinaire en pratique clinique libre dans des exploitations d'élevage, en tant que directeur technique d'exploitations bovines, ovines, équines et porcines
- Directeur technique de l'ADSG à Castilla La Mancha (Espagne): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- Directeur technique du label de qualité de la viande de la Sierra de San Vicente
- Directeur du Centre Vétérinaire de Talavera et de la Clinique vétérinaire Veco à Talavera de la Reina
- Directeur de la Clinique Vétérinaire de Talavera
- Membre fondateur de la CEVE (Confederación Empresarial Veterinaria Española), dont il est actuellement vice-président. Membre de la Commission Santé et de la Commission Numérique du CEVE
- Membre fondateur de CEVE-CLM (Confederación Empresarial Veterinaria de Castilla La Mancha, dont il est actuellement président

Mme Saleno, Delia

- Études doctorales(2000- 2003) sans présentation d'une thèse
- Diplôme de Médecine Vétérinaire, Université des Sciences Agricoles et de Médecine Vétérinaire, Cluj-Napoca, Roumanie
- Diplôme des Etudes Supérieures en Clinique des Petits Animaux (2000)
- Suffisance de recherche en Cytogénétique par l'Université de Cordoue (2005) avec une étude sur l'Infertilité chez les Équidés
- Cours pour entrepreneurs (500h), par EOI en 2007 à Palma de Mallorca (Espagne)
- Cours de qualification en tant qu'évaluateur dans les procédures d'accréditation des compétences professionnelles par l'expérience professionnelle dans la famille professionnelle agricole
- Chercheuse pré-doctorale au Département de la Reproduction Animale, Faculté de Médecine Vétérinaire, Cluj-Napoca, Roumanie
- Chercheur pré-doctoral au département de génétique de l'université de Cordoba
- Il a exercé une activité clinique en médecine canine et féline pendant plus de 20 ans, d'abord à l'hôpital vétérinaire universitaire de Cluj-Napoca, puis dans diverses cliniques et hôpitaux en Espagne
- En 2008, il a commencé son activité professionnelle avec une clinique vétérinaire à Palma de Majorque: Clinique Vétérinaire Son Dureta
- Il est membre fondateur d'Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) et de la Confederación Empresarial Veterinaria Española (CEVE). Il occupe la présidence d'EMVETIB depuis novembre 2012 et la présidence de CEVE depuis mars 2017
- Depuis septembre 2018, il est membre du conseil d'administration de CEOE
- Représentant du secteur vétérinaire dans divers forums économiques nationaux et internationaux et dans les observatoires et groupes de travail sectoriels du ministère de l'éducation, du ministère du travail et du ministère de l'agriculture





M. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ Ingénieur en télécommunications
- ♦ Diplômé en Transport Nautique et Maritime
- ♦ Capitaine de la marine marchande
- ♦ Instructeur de plongée professionnelle
- ♦ Secrétaire de la Confédération espagnole des entreprises vétérinaires CEVE
- ♦ Chef du département Travail, Organisation et Formation du CEVE
- ♦ Secrétaire des Empresaris Veterinaris de les Illes Balears EMVETIB (Entrepreneurs vétérinaires des îles Baléares)
- ♦ Président de la Commission des services de la Confederació d'Associacions Empresariales de Balears CAEB (Confédération des associations d'entreprises des îles Baléares)
- ♦ Membre du Comité de l'Asthme CAEB
- ♦ Président du Comité National de Négociation de la Convention Collective des Centres et Services de Santé Vétérinaire
- ♦ Directeur de la clinique vétérinaire Veterinari Son Dureta SLP

M. Vilches Sáez, José

- ♦ Chef de projet - CursoACV.com
- ♦ Responsable de plate-forme de formation - Cursoveterinaria.es
- ♦ Chef de projet - Duna Formación
- ♦ Directeur des ventes - Gesvilsa
- ♦ Directeur chez Formación Professional Duna, SL
- ♦ Responsable de la communauté
- ♦ Gestion du secrétariat - AGESVET
- ♦ Directeur des ventes Espagne - ProvetCloud
- ♦ Directeur des ventes techniques - Guerrero Coves

10

Impact sur votre carrière

TECH est conscient que l'adoption d'un programme présentant ces caractéristiques représente un grand investissement économique, professionnel et, bien sûr, personnel. L'objectif ultime de ce grand effort devrait être de parvenir à une croissance professionnelle. C'est pourquoi nous mettons tous nos efforts et nos outils à l'état de préparation aux étudiants. De plus, nous nous efforçons de vous offrir les compétences et les capacités nécessaires qui vous permettront de réaliser ce changement.



“

Nous mettons toutes nos ressources à votre disposition pour vous aider à réaliser le changement professionnel que vous recherchez”

L'obtention de ce Mastère Spécialisé vous donnera la possibilité de travailler dans des cliniques et des hôpitaux vétérinaires avec le plus haut niveau de compétences en matière de gestion et de leadership.

Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Un excellent perfectionnement professionnel vous attend

Grâce à ce programme, les étudiants pourront progresser de façon spectaculaire dans leur profession, même s'il ne fait aucun doute que, pour ce faire, ils devront s'investir dans différents domaines, tels que les sphères économique, professionnelle et personnelle. Cependant, l'objectif est de s'améliorer dans leur vie professionnelle et, pour ce faire, il est nécessaire de se battre pour un meilleur avenir.

Grâce à ce programme, vous recevrez un grand nombre d'offres d'emploi avec lesquelles vous pourrez commencer votre évolution professionnelle.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de 25% pour nos étudiants.



11

Avantages pour votre entreprise

Ce Mastère Spécialisé en Gestion et Direction des Centres vétérinaires contribue à porter le talent de l'organisation à son plein potentiel grâce à la spécialisation de leaders de haut niveau. Par conséquent, la participation à ce programme académique vous permettra de vous améliorer non seulement sur le plan personnel, mais surtout sur le plan professionnel, en augmentant votre formation et en améliorant vos compétences en matière de gestion. De plus, rejoindre la communauté éducative TECH est une occasion unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel vous pourrez trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.



“

*Offrez à votre entreprise une vision stratégique
qui lui permettra de figurer parmi les meilleures
cliniques vétérinaires du moment”*

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le manager et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Le professionnel sera capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l' Organisation entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets.

06

Augmentation de la compétitivité

Ce programme permettra à nos étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire progresser l'organisation.



12 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Gestion et Direction des Centres Vétérinaires vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives"

Ce **Mastère Spécialisé en Gestion et Direction des Centres Vétérinaires** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Gestion et Direction des Centres Vétérinaires**
N.º d'heures officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Mastère Spécialisé Gestion et Direction des Centres Vétérinaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

Gestion et Direction des Centres Vétérinaires

