

# Mastère Avancé

MBA en Gestion et Direction  
de Cliniques Dentaires

**M A M B A G D C D**





## Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » 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/mastere-avance/mastere-avance-mba-gestion-direction-cliniques-dentaires](http://www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/mastere-avance/mastere-avance-mba-gestion-direction-cliniques-dentaires)

# Sommaire

01

Accueil

---

*page 4*

02

Pourquoi étudier à TECH?

---

*page 6*

03

Pourquoi notre programme?

---

*page 10*

04

Objectifs

---

*page 14*

05

Compétences

---

*page 20*

06

Structure et contenu

---

*page 26*

07

Méthodologie

---

*page 40*

08

Profil de nos étudiants

---

*page 40*

09

Dirección del curso

---

*page 50*

10

Impact sur votre carrière

---

*page 72*

11

Avantages pour votre  
entreprise

---

*page 76*

12

Diplôme

---

*page 80*

# 01

# Accueil

L'augmentation du nombre de cliniques dentaires a fait de ce secteur l'un des plus concurrentiels aujourd'hui, les professionnels doivent donc chercher à se différencier dans leur modèle économique. À cette fin, il est essentiel que les dirigeants soient formés à la gestion et à la direction de ce type d'entreprise afin d'acquérir les connaissances les plus pointues en matière de gestion d'entreprise et de management d'équipe, qui garantiront le succès de leur entreprise. Ainsi, compléter les études d'odontologie par une qualification supérieure au niveau commercial sera indispensable pour gérer avec succès une entreprise de ce type, améliorer la compétitivité et adapter l'entreprise aux nouveaux changements du secteur et de la société.



Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires.  
TECH Université Technologique



“

*La spécialisation en gestion et en direction de cliniques dentaires fournira aux professionnels les compétences nécessaires à la réussite commerciale”*

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**

dirigeants formés chaque année

**+200**

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 des "case studies" de Harvard Business School. Tradition et avant-garde dans un équilibre difficile, et 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 de la prestigieuse université d'Harvard ”

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

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences de gestion et de leadership chez les élèves, ainsi que pour développer de nouvelles compétences et aptitudes qui seront essentielles dans leur développement professionnel dans ce domaine. À l'issue du programme, ils seront en mesure de prendre des décisions globales avec une perspective innovante et une vision internationale, réalisant ainsi une amélioration sur le plan personnel et professionnel, mais aussi un changement positif dans leur entreprise qui leur permettra de se démarquer dans le secteur.



“

*L'un de nos principaux objectifs est de vous aider à développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement les cliniques dentaires”*

**Vos objectifs sont les nôtres.**

**Nous travaillons ensemble pour vous aider à les atteindre.**

Le **Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires** vous formera à:

01

Définir les dernières tendances et évolutions en matière de gestion d'entreprise

03

Développer des stratégies de prise de décision dans un environnement complexe et instable

02

Construire un plan de développement et d'amélioration des compétences personnelles et managériales

04

Développer la capacité à détecter, analyser et résoudre les problèmes



05

Développer les compétences essentielles pour gérer stratégiquement l'activité commerciale

07

Concevoir des stratégies et des politiques innovantes pour améliorer gestion et efficacité commerciale



06

Expliquez l'entreprise d'un point de vue global, ainsi que les responsabilités de chaque secteur de l'entreprise

08

Formuler et mettre en œuvre des stratégies de croissance qui adaptent l'entreprise aux changements de l'environnement national et international

09

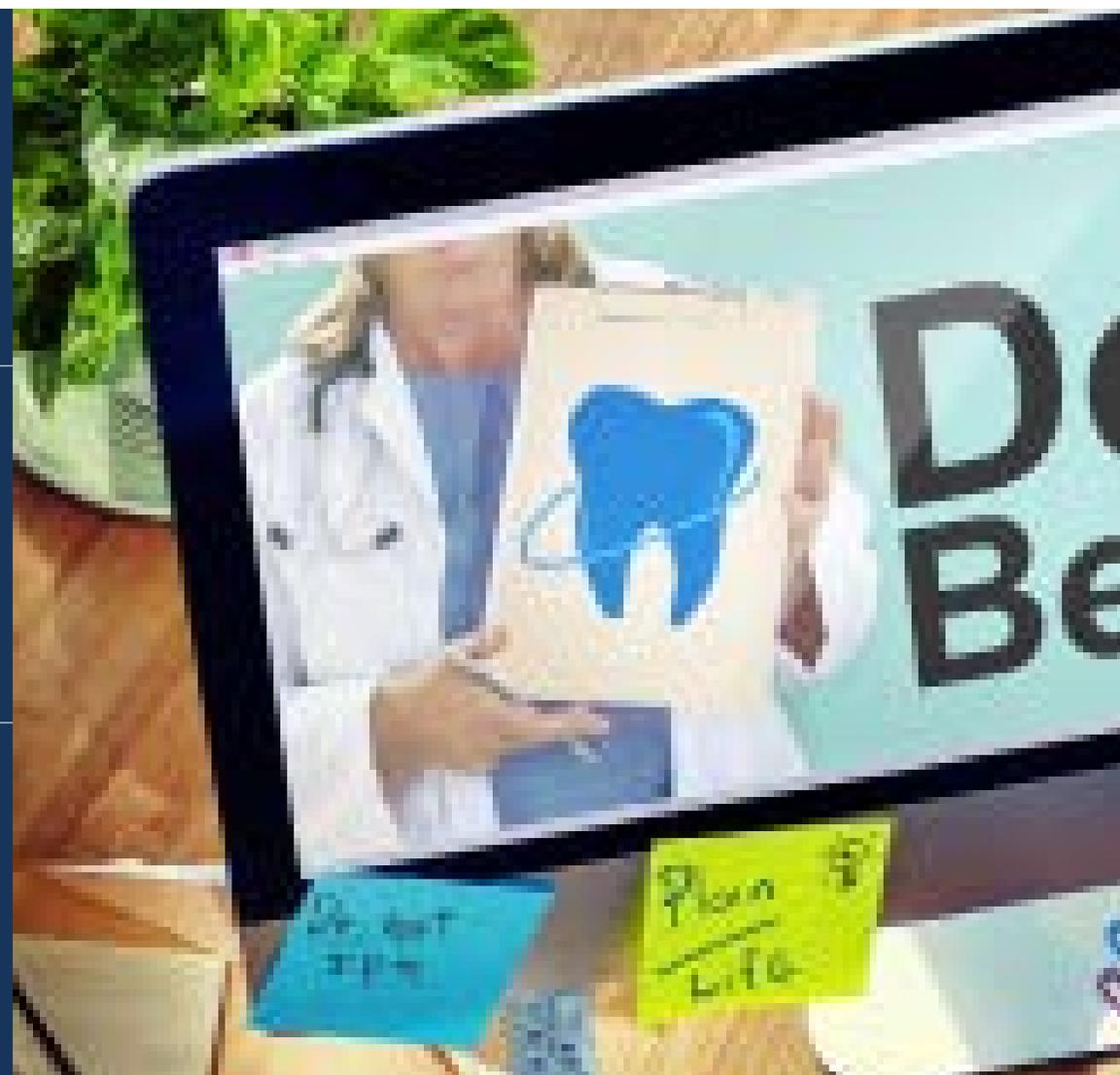
Utiliser des outils théoriques, méthodologiques et analytiques pour gérer et diriger de manière optimale leur propre activité clinique-dentaire, en se différenciant efficacement dans un environnement hautement concurrentiel

10

Incorporer des compétences en matière de stratégie et de vision pour faciliter l'identification de nouvelles opportunités commerciales

11

Favoriser l'acquisition de compétences personnelles et professionnelles, qui encourageront les étudiants à entreprendre leurs propres projets entrepreneuriaux avec plus de confiance et de détermination





12

Savoir identifier les talents dans les entreprises internationales

13

Appliquer les outils de marketing utiles pour améliorer l'image et la réputation de l'entreprise au niveau international

14

Avoir une connaissance approfondie du régime juridique du commerce international

# 05

# Compétences

Après avoir passé les évaluations du Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires, le professionnel aura acquis les compétences nécessaires à une pratique de qualité et actualisée, basée sur la méthodologie didactique la plus innovante. Ce sera sans aucun doute une occasion unique d'évoluer dans un domaine qui exige un haut niveau de qualification des professionnels qui y travaillent, pour lesquels il est important de continuer à actualiser leurs connaissances tout au long de leur carrière.



“

*Développez les compétences dont vous avez besoin pour réussir dans un secteur en plein essor”*

01

Réaliser une gestion globale de l'entreprise, en appliquant des techniques de leadership qui influencent le rendement des travailleurs, de manière à ce que les objectifs de l'entreprise soient atteints

02

Participer à la stratégie d'entreprise et à la stratégie concurrentielle de l'entreprise et les diriger

03

Résoudre les conflits d'entreprise et les problèmes entre travailleurs

04

Effectuer une gestion correcte de l'équipe pour améliorer la productivité et, par conséquent, les bénéfices de l'entreprise

05

Effectuer le contrôle économique et financier de l'entreprise



06

Contrôler les processus logistiques, ainsi que les activités de l'entreprise et les processus d'achat et d'approvisionnement de l'entreprise

08

Appliquer les stratégies les plus appropriées pour le commerce électronique des produits de l'entreprise



09

Engagement en faveur de l'innovation dans tous les processus et domaines de l'entreprise

07

Approfondir les nouveaux modèles économiques des systèmes d'information

10

Hiérarchiser le rôle de chacun des membres de l'équipe au sein de la clinique dentaire

11

Gérer correctement les stratégies existantes pour intégrer, récompenser et attirer les talents en matière de capital humain

14

Réaliser des enquêtes de satisfaction pour élaborer et mettre en œuvre des améliorations adaptées aux besoins des patients du cabinet dentaire

12

Appliquer efficacement les modalités de recrutement pour gérer la paie et ainsi parvenir à une formalisation correcte de la rémunération des membres de l'équipe du cabinet dentaire



13

Définir des protocoles d'action permettant la réalisation correcte des tâches dans la clinique dentaire, en intégrant des outils de suivi pour le contrôle et l'évaluation de l'application de ces protocoles

15

Détecter et anticiper les nouvelles tendances en matière de gestion clinico-dentaire

16

Savoir gérer et diriger une équipe dans le secteur clinique-dentaire

18

Définir et évaluer les processus de sélection des fournisseurs, d'approvisionnement et de fourniture, en contribuant à assurer le flux des matériaux nécessaires au bon fonctionnement de la clinique

19

Contrôler les *Stocks* de manière efficace, améliorant ainsi la gestion du capital fixe

17

Organiser et mettre en œuvre la fonction achat dans une clinique

20

Négocier intelligemment et simplement pour obtenir les conditions les plus favorables pour le développement correct du cabinet dentaire



06

# Structure et contenu

Le Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires est un programme sur mesure dispensé dans un format 100% en ligne. Vous pouvez donc choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à vos disponibilités, votre emploi du temps et vos intérêts. Ce programme, qui se déroule sur 24 mois, se veut une expérience unique et stimulante qui jette les bases de votre réussite en tant que manager et entrepreneur.



“

*Un programme unique, avec un cursus très bien structuré, de sorte que vous pouvez vous spécialiser à votre propre rythme et sans complications”*

## Programme d'études

Le Mastère Avancé MBA en Gestion et Gestion des Cliniques Dentaires de TECH Université Technologique est un programme intense qui prépare à relever des défis et à prendre des décisions commerciales au niveau national et international. Son contenu est conçu pour favoriser le développement des compétences de gestion permettant une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours des 3.000 heures d'étude, vous analyserez une multitude de cas pratiques par le biais de travaux individuels, réalisant ainsi un apprentissage Contextuels qui vous sera d'une grande utilité dans votre travail quotidien. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce grandes Mastère Avancé MBA en Gestion et Gestion des Cliniques Dentaires traite en profondeur différentes domaines de l'entreprise, et est conçu pour que les managers comprennent la d'entreprise point de vue stratégique, et innovant.

Un plan conçu pour vous, axé sur votre les professionnels professionnel et qui vous prépare à atteindre l'excellence dans le domaine du management et de la gestion des de Cliniques Dentaires. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances, et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui vous donnera les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce programme se déroule sur 24 mois et est divisé en 18 modules:

<b>Module 1</b>	Leadership, éthique et RSE
<b>Module 2</b>	Gestion stratégique et Management Exécutif
<b>Module 3</b>	Gestion des personnes et des talents
<b>Module 4</b>	Gestion économique et financière
<b>Module 5</b>	Gestion des opérations et de la logistique
<b>Module 6</b>	Gestions des systèmes d'information
<b>Module 7</b>	Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise
<b>Module 8</b>	Innovation et gestion de projet
<b>Module 9</b>	Les piliers de la gestion d'un cabinet dentaire
<b>Module 10</b>	Conception de votre clinique dentaire
<b>Module 11</b>	Introduction au Marketing
<b>Module 12</b>	Le marketing 2.0
<b>Module 13</b>	La valeur du capital humain
<b>Module 14</b>	Gestion des équipes
<b>Module 15</b>	Qualité et gestion du temps dans le cabinet dentaire
<b>Module 16</b>	Gestion des achats et des entrepôts
<b>Module 17</b>	Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires
<b>Module 18</b>	Soins dentaires



## Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH vous offre la possibilité de développer ce programme de manière totalement en ligne. Pendant les 24 mois de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

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

## Module 1. Leadership, éthique et RSE

### 1.1. Mondialisation et Gouvernance

- 1.1.1. Mondialisation et tendances: Internationalisation des marchés
- 1.1.2. Environnement économique et Gouvernance d'entreprise
- 1.1.3. Accountability ou Responsabilité

### 1.2. Leadership

- 1.2.1. Environnement interculturel
- 1.2.2. Leadership et Direction d'entreprise
- 1.2.3. Rôles et responsabilités de la direction

### 1.3. Éthique des affaires

- 1.3.1. Éthique et intégrité
- 1.3.2. La conduite éthique des affaires
- 1.3.3. Déontologie, codes d'éthique et de conduite
- 1.3.4. Prévention de la fraude et de la corruption

### 1.4. Durabilité

- 1.4.1. Entreprise et Développement Durable
- 1.4.2. Impact social, environnemental et économique
- 1.4.3. Agenda 2030 et ODD

### 1.5. Responsabilité Sociale des entreprises

- 1.5.1. Responsabilité Sociale des entreprises
- 1.5.2. Rôles et responsabilités
- 1.5.3. Mise en œuvre de la Responsabilité Sociale des Entreprises

## Module 2. Direction stratégique et direction générale

### 2.1. Analyse et conception organisationnelles

- 2.1.1. La culture organisationnelle
- 2.1.2. Analyse organisationnelle
- 2.1.3. Design de la structure organisationnelle

### 2.2. Stratégie d'entreprise

- 2.2.1. Stratégie au niveau de l'entreprise
- 2.2.2. Typologies des stratégies au niveau des entreprises
- 2.2.3. Détermination de la stratégie d'entreprise
- 2.2.4. Stratégie d'entreprise et image de marque

### 2.3. Planification et formulation stratégiques

- 2.3.1. Réflexion stratégique
- 2.3.2. Formulation et planification stratégiques
- 2.3.3. Durabilité et Stratégie d'entreprise

### 2.4. Modèles et motifs stratégiques

- 2.4.1. Richesse, valeur et rendement des investissements
- 2.4.2. Stratégie d'entreprise: méthodologie
- 2.4.3. Croissance et consolidation de la stratégie d'entreprise

### 2.5. La Direction stratégique

- 2.5.1. Mission, vision et valeurs stratégiques
- 2.5.2. Balanced Scorecard/Tableau de bord
- 2.5.3. Analyse, suivi et évaluation de la stratégie d'entreprise
- 2.5.4. Direction stratégique et reporting

### 2.6. Mise en œuvre et exécution stratégiques

- 2.6.1. Mise en œuvre stratégique: objectifs, actions et impacts
- 2.6.2. Suivi, alignement et stratégie
- 2.6.3. Approche d'amélioration continue

### 2.7. Direction Générale

- 2.7.1. Intégration des stratégies fonctionnelles dans les stratégies commerciales mondiales
- 2.7.2. Politique et processus de gestion
- 2.7.3. Knowledge Management

### 2.8. Analyses et résolution de problèmes

- 2.8.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
- 2.8.2. Méthode des cas
- 2.8.3. Positionnement et prise de décision

**Module 3. Gestion des personnes et des talents****3.1. Comportement organisationnel**

- 3.1.1. Théories des organisations
- 3.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
- 3.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances

**3.2. La direction stratégique des personnes**

- 3.2.1. Conception des emplois, recrutement et sélection
- 3.2.2. Planification Stratégique des Ressources Humaines: design et mise en œuvre
- 3.2.3. Analyse de l'emploi: design et sélection des travailleurs
- 3.2.4. Formation et développement professionnel

**3.3. Développement de la gestion et le leadership**

- 3.3.1. Compétences en matière de gestion: les aptitudes et compétences du 21e siècle
- 3.3.2. Aptitudes non-directives
- 3.3.3. Carte des aptitudes et compétences
- 3.3.4. Leadership et gestion des ressources humaines

**3.4. Gestion du changement**

- 3.4.1. Analyse des performances
- 3.4.2. Plan stratégique
- 3.4.3. Gestion du changement: facteurs clés, conception et gestion du processus
- 3.4.4. Approche d'amélioration continue

**3.5. Négociation et gestion des conflits**

- 3.5.1. Objectifs de la négociation: éléments différenciateurs
- 3.5.2. Techniques de négociation efficaces
- 3.5.3. Conflits: facteurs et typologies
- 3.5.4. La gestion efficace des conflits: négociation et communication

**3.6. La communication managériale**

- 3.6.1. Analyse des performances
- 3.6.2. Faire face au changement. Résistance au changement
- 3.6.3. Gestion des processus de changement
- 3.6.4. Gestion d'équipes multiculturelles

**3.7. Gestion d'équipe et performance des personnes**

- 3.7.1. Environnement multiculturel et multidisciplinaire
- 3.7.2. Gestion d'équipe et de personnes
- 3.7.3. Coaching et gestion de personnes
- 3.7.4. Réunions de direction: planification et gestion du temps

**3.8. Gestion des connaissances et du talent**

- 3.8.1. Identifier les connaissances et les talents dans les organisations
- 3.8.2. Modèles de gestion des connaissances et des talents de l'entreprise
- 3.8.3. Créativité et innovation

**Module 4. Gestion économique et financière****4.1. Environnement Économique**

- 4.1.1. Théorie des organisations
- 4.1.2. Facteurs clés pour le changement des organisations
- 4.1.3. Stratégies d'entreprise, typologies et gestion des connaissances

**4.2. Comptabilité de gestion**

- 4.2.1. Cadre comptable international
- 4.2.2. Introduction au cycle comptable
- 4.2.3. États comptables des entreprises
- 4.2.4. Analyses des États Comptables: prise de décisions

**4.3. Budget et Contrôle de Gestion**

- 4.3.1. Planification budgétaire
- 4.3.2. Contrôle de Gestion: design et objectifs
- 4.3.3. Suivi et rapports

**4.4. Responsabilité fiscale des entreprises**

- 4.4.1. La responsabilité fiscale des entreprises
- 4.4.2. Procédure fiscale: une approche par pays

**4.5. Systèmes de contrôle des entreprises**

- 4.5.1. Typologie du Contrôle
- 4.5.2. Conformité réglementaire/Compliance
- 4.5.3. Audit interne
- 4.5.4. Audit externe

**4.6. Direction Financière**

- 4.6.1. L'introduction à la Direction Financière
- 4.6.2. La Direction financière et la stratégie d'entreprise
- 4.6.3. Directeur financier ou Chief Financial Officer (CFO): compétences en gestion directive

**4.7. Planification financière**

- 4.7.1. Modèles commerciaux et besoins de financement
- 4.7.2. Outils d'analyse financière
- 4.7.3. Planification financière à court terme
- 4.7.4. Planification financière à long terme

**4.8. Stratégie financière de l'entreprise**

- 4.8.1. Investissements financiers des entreprises
- 4.8.2. Croissance stratégique: typologies

**4.9. Contexte Macroéconomique**

- 4.9.1. Analyse Macroéconomique
- 4.9.2. Indicateurs à court terme
- 4.9.3. Cycle économique

**4.10. Financement Stratégique**

- 4.10.1. Activités bancaires: environnement actuel
- 4.10.2. Analyse et gestion des risques

**4.11. Marchés monétaires et des capitaux**

- 4.11.1. Marché des titres à revenu fixe
- 4.11.2. Marché des actions
- 4.11.3. Évaluation l'entreprise

**4.12. Analyses et résolution de problèmes**

- 4.12.1. Méthodologie de la résolution de problèmes
- 4.12.2. Méthode des cas

**Module 5. Gestion des opérations et de la logistique**

<p><b>5.1. Direction des opérations</b></p> <p>5.1.1. Définir la stratégie des opérations 5.1.2. Planification et contrôle de la chaîne d'approvisionnement 5.1.3. Systèmes d'indicateurs</p>	<p><b>5.2. Direction des achats</b></p> <p>5.2.1. Gestion des Stocks 5.2.2. Gestion des entrepôts 5.2.3. Gestion des achats et des marchés publics</p>	<p><b>5.3. Supply chain management (R)</b></p> <p>5.3.1. Coûts et efficacité de la chaîne d'opérations 5.3.2. Changement de la structure de la demande 5.3.3. Changement de la stratégie d'exploitation</p>	<p><b>5.4. Supply chain management (II). Exécution</b></p> <p>5.4.1. Lean Manufacturing/Lean Thinking 5.4.2. Gestion Logistique 5.4.3. Achats</p>
<p><b>5.5. Processus logistiques</b></p> <p>5.5.1. Organisation et gestion par les processus 5.5.2. Approvisionnement, production, distribution 5.5.3. Qualité, coûts et outils de la qualité 5.5.4. Service après-vente</p>	<p><b>5.6. La logistique et les clients</b></p> <p>5.6.1. Analyse et prévision de la demande 5.6.2. Prévision et planification des ventes 5.6.3. Collaborative planning forecasting &amp; replacement</p>	<p><b>5.7. La logistique internationale</b></p> <p>5.7.1. Douanes, processus d'exportation et d'importation 5.7.2. Formes et moyens de paiement internationaux 5.7.3. Plateformes logistiques internationales</p>	<p><b>5.8. Concurrence des opérations</b></p> <p>5.8.1. L'innovation dans les opérations comme avantage concurrentiel de l'entreprise 5.8.2. Technologies et sciences émergentes 5.8.3. Les Systèmes d'information dans les opérations</p>

**Module 6. Gestions des systèmes d'information**

<p><b>6.1. Gestion des systèmes d'information</b></p> <p>6.1.1. Systèmes d'information des entreprises 6.1.2. Décisions stratégiques 6.1.3. Rôle du DSI</p>	<p><b>6.2. Technologie de l'information et stratégie d'entreprise</b></p> <p>6.2.1. Analyse d'entreprise et secteurs industriels 6.2.2. Modèles commerciaux basés sur l'Internet 6.2.3. La valeur du service IT dans l'entreprise</p>	<p><b>6.3. Plan Stratégique du Système d'Information</b></p> <p>6.3.1. Le processus de la planification stratégique 6.3.2. Formulation de la stratégie du Système d'Information 6.3.3. Plan de mise en œuvre de la stratégie</p>	<p><b>6.4. Systèmes d'information et business intelligence</b></p> <p>6.4.1. CRM et Business Intelligence 6.4.2. La gestion de projets de Business Intelligence 6.4.3. L'architecture de Business Intelligence</p>
<p><b>6.5. Nouveaux modèles commerciaux basés sur les TIC</b></p> <p>6.5.1. Modèles commerciaux de base technologique 6.5.2. Capacités pour innover 6.5.3. Nouvelle conception des processus de la chaîne de valeur</p>	<p><b>6.6. Commerce électronique</b></p> <p>6.6.1. Plan stratégique pour le commerce électronique 6.6.2. Gestion de la logistique et service à la clientèle dans le commerce électronique 6.6.3. Le commerce électronique comme opportunité d'internationalisation</p>	<p><b>6.7. Stratégies de E-Business</b></p> <p>6.7.1. Stratégies des Médias Sociaux 6.7.2. Optimisation des canaux de service et du support client 6.7.3. Régulation digitale</p>	<p><b>6.8. Digital business</b></p> <p>6.8.1. Mobile e-Commerce 6.8.2. Conception et facilité d'utilisation 6.8.3. Opérations de commerce électronique</p>

**Module 7. Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise****7.1. Gestion Commerciale**

- 7.1.1. Gestion des ventes
- 7.1.2. Stratégie de vente
- 7.1.3. Techniques de vente de négociation
- 7.1.4. Gestion des équipes de ventes

**7.2. Gestion stratégique du Marketing**

- 7.2.1. Les sources d'innovation
- 7.2.2. Tendances actuelles du Marketing
- 7.2.3. Outils du Marketing
- 7.2.4. Stratégie du Marketing et la communication avec les clients

**7.3. Stratégie du Marketing Digital**

- 7.3.1. Approche au Marketing Digital
- 7.3.2. Outils du Marketing Digital
- 7.3.3. Inbound Marketing et l'évolution du Marketing Digital

**7.4. Stratégie de vente et de communication**

- 7.4.1. Positionnement et promotion
- 7.4.2. Relations Publiques
- 7.4.3. Stratégie de vente et de communication

**7.5. Communication d'Entreprise**

- 7.5.1. Communication interne et externe
- 7.5.2. Département de communication
- 7.5.3. Direction de la Communication (DIRCOM): compétences de la direction et responsabilités

**7.6. Stratégie de la Communication d'entreprise**

- 7.6.1. Stratégie de communication de l'entreprise
- 7.6.2. Plan de Communication
- 7.6.3. Rédaction de Communiqués de Presse/ Clipping/Publicity

**Module 8. Innovation et gestion de projet****8.1. Innovation**

- 8.1.1. Macro Conceptual de l'innovation
- 8.1.2. Typologies de l'innovation
- 8.1.3. Innovation continue et discontinue
- 8.1.4. Formation et Innovation

**8.2. Stratégie de l'Innovation**

- 8.2.1. Innovation et stratégie d'entreprise
- 8.2.2. Projet global d'innovation: design et gestion
- 8.2.3. Ateliers d'innovation

**8.3. Conception et validation du modèle d'entreprise**

- 8.3.1. Méthodologie Lean Startup
- 8.3.2. Initiative commercial innovante: étapes
- 8.3.3. Modalités de financement
- 8.3.4. Outils de modélisation: carte d'empathie, modèle de canevas et métriques
- 8.3.5. Croissance et fidélité

**8.4. Direction et Gestion des projets**

- 8.4.1. Les opportunités d'innovation
- 8.4.2. L'étude de faisabilité et la spécification des propositions
- 8.4.3. La définition et la conception des projets
- 8.4.4. L'exécution des projets
- 8.4.5. La clôture des projets

## Module 9. Les piliers de la gestion d'un cabinet dentaire

<b>9.1. Introduction à la gestion d'un cabinet dentaire</b> 9.1.1. Concept de gestion 9.1.2. Objectif de la gestion	<b>9.2. La vision entrepreneuriale du cabinet dentaire</b> 9.2.1. Définition de l'entreprise: approche du cabinet dentaire en tant qu'entreprise de services 9.2.2. Éléments de l'entreprise appliqués aux cabinets dentaires	<b>9.3. La figure du manager</b> 9.3.1. Description du poste de direction dans les cliniques dentaires 9.3.2. Les fonctions du manager	<b>9.4. Formes d'organisation des entreprises</b> 9.4.1. Le propriétaire 9.4.2. La personne morale en tant que propriétaire d'un cabinet dentaire
<b>9.5. Connaissance du secteur clinico-dentaire</b>	<b>9.6. Terminologie et concepts clés du management et de la gestion d'entreprise</b>	<b>9.7. Modèles actuels de cliniques dentaires couronnés de succès</b>	

## Module 10. Conception de votre clinique dentaire

<b>10.1. Introduction et objectifs</b>	<b>10.2. Situation actuelle du secteur clinico-dentaire</b> 10.2.1. Niveau national 10.2.2. Niveau international	<b>10.3. L'évolution du secteur clinique-dentaire et ses tendances</b> 10.3.1. Niveau national 10.3.2. Niveau international	<b>10.4. Analyse de la concurrence</b> 10.4.1. Analyse des prix 10.4.2. Analyse de la différenciation
<b>10.5. Analyse SWOT</b>	<b>10.6. Comment concevoir le modèle Canvas pour votre cabinet dentaire</b> 10.6.1. Segment de clientèle 10.6.2. Besoins 10.6.3. Solutions 10.6.4. Chaîne 10.6.5. Proposition de valeur 10.6.6. Structure des revenus 10.6.7. Structure des coûts 10.6.8. Avantages concurrentiels 10.6.9. Chiffres clés	<b>10.7. Méthode de validation de votre modèle d'entreprise: Cycle Lean Startup</b> 10.7.1. Cas 1: validation de votre modèle au stade de la création 10.7.2. Cas 2: appliquer la méthode pour innover votre modèle actuel	<b>10.8. L'importance de valider et d'améliorer le modèle économique de votre cabinet dentaire</b>
<b>10.9. Comment définir la proposition de valeur de notre clinique dentaire?</b>	<b>10.10. Mission, vision et valeurs</b> 10.10.1. Mission 10.10.2. Vision 10.10.3. Évaluations	<b>10.11. Définition du patient cible</b>	<b>10.12. Emplacement optimal de ma clinique</b> 10.12.1. Plan d'étage
<b>10.13. Niveaux d'effectifs optimaux</b>	<b>10.14. Importance d'un modèle de recrutement conforme à la stratégie définie</b>	<b>10.15. Les clés pour définir la politique de prix</b>	<b>10.16. Financement externe vs. Financement interne</b>
<b>10.17. Analyse de la stratégie d'un cas de réussite d'une clinique dentaire</b>			

## Module 11. Introduction au Marketing

### 11.1. Principaux principes de base du marketing

- 11.1.1. Les variables de base du Marketing
- 11.1.2. Évolution du concept de marketing
- 11.1.3. Le marketing en tant que système d'échange

### 11.2. Nouvelles tendances en matière de marketing

- 11.2.1. Évolution et avenir du marketing

### 11.3. L'intelligence émotionnelle appliquée au marketing

- 11.3.1. Qu'est-ce que l'intelligence émotionnelle?
- 11.3.2. Comment appliquer l'intelligence émotionnelle à votre stratégie de marketing

### 11.4. Le marketing social et la responsabilité sociale des entreprises

### 11.5. Marketing interne

- 11.5.1. Marketing traditionnel (Marketing Mix)
- 11.5.2. Marketing de recommandation
- 11.5.3. Marketing de contenu

### 11.6. Marketing externe

- 11.6.1. Marketing opérationnel
- 11.6.2. Marketing stratégique
- 11.6.3. Inbound Marketing
- 11.6.4. Email Marketing
- 11.6.5. Marketing d'influenceurs

### 11.7. Marketing interne vs. Marketing externe

### 11.8. Techniques de fidélisation des patients

- 11.8.1. L'importance de la rétention des patients
- 11.8.2. Les outils numériques appliqués à la rétention des patients

## Module 12. Le marketing 2.0

### 12.1. L'importance du Branding pour la différenciation

- 12.1.1. Identité visuelle
- 12.1.2. Les étapes du Branding
- 12.1.3. Branding comme stratégie de différenciation
- 12.1.4. Des archétypes Junk pour donner de la personnalité à votre marque

### 12.2. Le site web et le blog d'entreprise de la clinique dentaire

- 12.2.1. Les clés d'un site web efficace et fonctionnel
- 12.2.2. Choisir le ton de voix des canaux de communication
- 12.2.3. Avantages d'avoir un blog d'entreprise

### 12.3. Utilisation efficace des médias sociaux

- 12.3.1. L'importance de la stratégie en matière de médias sociaux
- 12.3.2. Outils d'automatisation pour les médias sociaux

### 12.4. Utilisation de la messagerie instantanée

- 12.4.1. L'importance de la communication directe avec vos patients
- 12.4.2. Canal pour les promotions personnalisées ou les messages de masse

### 12.5. Importance de la narration transmédia dans la communication 2.0.

### 12.6. Comment créer des bases de données par la communication?

### 12.7. Google Analytics pour mesurer l'impact de votre communication 2.0

### 12.8. Analyse de la situation

- 12.8.1. Analyse de la situation extérieure
- 12.8.2. Analyse de la situation interne

### 12.9. Détermination des objectifs

- 12.9.1. Points clés de la fixation d'objectifs

### 12.10. Choix des stratégies

- 12.10.1. Types de stratégies

### 12.11. Plan d'action

### 12.12. Budgets

- 12.12.1. Allocation budgétaire
- 12.12.2. Prévion des résultats

### 12.13. Méthodes de contrôle et de suivi et le suivi

**Module 13.** La valeur du capital humain

**13.1. Introduction à la gestion des ressources humaines**

**13.2. Culture d'entreprise et climat de travail**

**13.3. L'équipe**

- 13.3.1. L'équipe dentaire
- 13.3.2. L'équipe auxiliaire
- 13.3.3. Administration et gestion

**13.4. Organigramme de notre cabinet dentaire**

- 13.4.1. Organigramme de la clinique: hiérarchie
- 13.4.2. Description des départements dans l'organigramme
- 13.4.3. Descriptions de poste pour chaque département
- 13.4.4. Attribution des tâches pour chaque poste
- 13.4.5. Coordination des services

**13.5. Introduction à la gestion du travail et des ressources humaines**

**13.6. Stratégies d'incorporation du capital humain**

- 13.6.1. Stratégie de sélection du personnel
- 13.6.2. Stratégie de recrutement

**13.7. Politique de rémunération**

- 13.7.1. Rémunération fixe
- 13.7.2. Rémunération variable

**13.8. Rémunération variable**

- 13.8.1. Qu'est-ce que la rétention des talents?
- 13.8.2. Avantages de la rétention des talents dans un cabinet dentaire
- 13.8.3. Moyens de retenir les talents

**13.9. Stratégie de gestion des absences**

- 13.9.1. L'importance de la planification de la gestion des absences
- 13.9.2. Les moyens de gérer les absences dans un cabinet dentaire

**13.10. La relation de travail**

- 13.10.1. Le contrat de Travail
- 13.10.2. Le contrat de travail

**13.11. Modalités d'emploi**

- 13.11.1. Types et modalités des contrats de travail
- 13.11.2. Modifications substantielles du contrat de travail
- 13.11.3. Inefficacité, suspension et résiliation du contrat de travail

**13.12. Gestion des salaires**

- 13.12.1. La gestion: l'allié intelligent du dentiste
- 13.12.2. Cotisations de sécurité sociale
- 13.12.3. Retenue d'impôt sur le revenu des personnes physiques

**13.13. Réglementation juridique**

- 13.13.1. Le système de sécurité sociale
- 13.13.2. Régimes de sécurité sociale
- 13.13.3. Enregistrement et désenregistrement

**Module 14. Gestion des équipes**

<p><b>14.1. Qu'est-ce que le leadership personnel?</b></p>	<p><b>14.2. L'importance d'appliquer la règle des 33%</b></p>	<p><b>14.3. Avantages de la mise en œuvre d'une culture de leadership dans le cabinet dentaire</b></p>	<p><b>14.4. Quel type de leadership est le mieux adapté à la gestion de votre cabinet dentaire?</b></p> <p>14.4.1. Leadership autocratique 14.4.2. Leadership par objectifs 14.4.3. Un leadership fondé sur des valeurs</p>
<p><b>14.5. Compétences personnelles en matière de leadership</b></p> <p>14.5.1. Réflexion stratégique 14.5.2. L'importance de la vision du dirigeant 14.5.3. Comment développer une attitude autocritique saine?</p>	<p><b>14.6. Compétences en leadership interpersonnel</b></p> <p>14.6.1. Communication assertive 14.6.2. Capacité à déléguer 14.6.3. Donner et recevoir un Feedback</p>	<p><b>14.7. Intelligence émotionnelle appliquée aux techniques de Conflit</b></p> <p>14.7.1. Identifier les émotions de base du jeu d'acteur 14.7.2. L'importance de l'écoute active 14.7.3. L'empathie comme compétence personnelle essentielle 14.7.4. Comment identifier le détournement des émotions 14.7.5. Comment parvenir à des accords gagnant-gagnant?</p>	<p><b>14.8. Les avantages de la technique de la constellation organisationnelle</b></p>
<p><b>14.9. Techniques de motivation pour retenir les talents</b></p> <p>14.9.1. Reconnaissance 14.9.2. Attribution des responsabilités 14.9.3. Promotion de la santé au travail 14.9.4. Fournir des incitations</p>	<p><b>14.10. L'importance de l'évaluation des performances</b></p>		

**Module 15. Qualité et gestion du temps dans le cabinet dentaire**

<p><b>15.1. Qualité appliquée aux traitements proposés</b></p> <p>15.1.1. Définition de la qualité en dentisterie 15.1.2. Standardisation des processus dans la clinique dentaire</p>	<p><b>15.2. Principes de gestion de la qualité</b></p> <p>15.2.1. Qu'est-ce qu'un système de gestion de la qualité? 15.2.2. Avantages pour l'organisation</p>	<p><b>15.3. Qualité dans l'exécution des tâches</b></p> <p>15.3.1. Protocoles: définition 15.3.2. Protocoles: objectifs de leur application 15.3.3. Protocoles: avantages de leur mise en œuvre 15.3.4. Exemple pratique: protocole de visite</p>	<p><b>15.4. Outils de suivi et de révision des protocoles</b></p>
<p><b>15.5. L'amélioration continue dans les cliniques dentaires</b></p> <p>15.5.1. Qu'est-ce que l'amélioration continue? 15.5.2. Phase 1: consultation 15.5.3. Phase 2: Apprentissage 15.5.4. Phase 3: Suivi</p>	<p><b>15.6. Qualité pour l' satisfaction des patients</b></p> <p>15.6.1. Enquêtes de satisfaction 15.6.2. Mise en œuvre de l'enquête de satisfaction 15.6.3. Rapports d'amélioration</p>	<p><b>15.7. Rapports d'amélioration</b></p> <p>15.7.1. Étude de cas n° 1: protocole de gestion des urgences 15.7.2. Étude de cas 2: préparation d'une enquête de satisfaction</p>	<p><b>15.8. Gestion de la santé et de la sécurité au travail dans une clinique dentaire</b></p> <p>15.8.1. Importance de définir les principales tâches dans le cabinet dentaire 15.8.2. Technique de productivité "une tâche, un responsable" 15.8.3. Gestionnaires de tâches numériques</p>

**15.9. Standardisation du temps dans les traitements dentaires**

- 15.9.1. L'importance de la collecte de données temporelles
- 15.9.2. Comment documenter la normalisation du temps?

**15.10. Méthodologie de recherche pour l'optimisation des processus de qualité**

**15.11. Description du modèle de gestion de la qualité des services dentaires**

**15.12. L'audit de santé: les phases**

**Module 16. Gestion des achats et des entrepôts**

**16.1. L'importance d'une bonne planification des achats**

**16.2. Responsabilités de la fonction achats dans un cabinet dentaire**

**16.3. Gestion efficace de notre entrepôt**

- 16.3.1. Coûts d'entreposage
- 16.3.2. Inventaire de sécurité
- 16.3.3. Enregistrement du matériel entrant et sortant

**16.4. Les étapes du processus d'achat**

- 16.4.1. Rechercher des informations et envisager des alternatives
- 16.4.2. Évaluation et prise de décision
- 16.4.3. Suivi et contrôle

**16.5. Les modes d'exécution des comptes et la gestion des comptes**

- 16.5.1. Adapter le type de commande à nos besoins
- 16.5.2. Gestion des risques

**16.6. Relation avec le fournisseur**

- 16.6.1. Types de relations
- 16.6.2. Politique de paiement

**16.7. Négociation dans les achats**

- 16.7.1. Connaissances et compétences nécessaires
- 16.7.2. Les étapes du processus de négociation
- 16.7.3. Conseils pour une négociation réussie

**16.8. La qualité dans les achats**

- 16.8.1. Avantages pour l'ensemble de la clinique
- 16.8.2. Paramètres de mesure

**16.9. Indicateurs d'efficacité**

**16.10. Nouvelles tendances dans la gestion des achats**

**Module 17. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires**

**17.1. Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires**

**17.2. Le bilan**

- 17.2.1. Composition du bilan
- 17.2.2. Actif
- 17.2.3. Passif
- 17.2.4. Actions
- 17.2.5. Interprétation du bilan

**17.3. Le compte de résultat**

- 17.3.1. Composition du compte de résultat
- 17.3.2. Interprétation du compte de résultat

**17.4. Introduction à la comptabilité des furets**

**17.5. Avantages de la mise en œuvre**

**17.6. Les coûts fixes dans le cabinet dentaire**

- 17.6.1. Définition des coûts fixes
- 17.6.2. Coûts fixes d'un cabinet dentaire typique
- 17.6.3. Coût du praticien par heure

**17.7. Coûts variables dans une clinique dentaire**

- 17.7.1. Définition des coûts variables
- 17.7.2. Coûts variables d'un cabinet dentaire typique

**17.8. Coût/heure d'un cabinet dentaire**

**17.9. Échelles de traitement**

**17.10. Bénéfice du traitement**

**17.11. Stratégie du Pricing**

**17.12. Introduction à l'analyse finance**

<p><b>17.13. Factures et autres documents de paiement</b>                  17.13.1. La facture: signification et contenu minimal                  17.13.2. Autres documents de paiement</p>	<p><b>17.14. Autres documents de paiement</b>                  17.14.1. Organisation administrative                  17.14.2. La gestion des recettes et des paiements                  17.14.3. Le budget de la trésorerie                  17.14.4. Analyse ABC des patients                  17.14.5. Mauvaises créances</p>	<p><b>17.15 Modalités de financement Externe</b>                  17.15.1. Financement bancaire.                  17.15.2. Leasing (location financière)                  17.15.3. Différences entre Leasing et Renting                  17.15.4. Escompte de papier commercial</p>	<p><b>17.16. Analyse des liquidités de votre clinique</b></p>
<p><b>17.17. Analyse de la rentabilité de votre clinique</b></p>	<p><b>17.18. Analyse de la dette</b></p>		

**Module 18. Soins dentaires**

<p><b>18.1. Concepts de base</b>                  18.1.1. Définition et objectifs                  18.1.2. Domaines d'application                  18.1.3. Acte clinique                  18.1.4. Le dentiste</p>	<p><b>18.2. Principes généraux</b>                  18.2.1. Principe d'égalité des patients                  18.2.2. Priorité des intérêts du patient                  18.2.3. Fonctions professionnelles du dentiste</p>	<p><b>18.3. Soins aux patients</b>                  18.3.1. Traiter avec le patient                  18.3.2. Le patient mineur                  18.3.3. Liberté de choix du praticien                  18.3.4. Liberté d'acceptation et de refus des patients</p>	<p><b>18.4. Le dossier médical</b></p>
<p><b>18.5. Informations pour les patients</b>                  18.5.1. Le droit du patient à l'information clinique                  18.5.2. Consentement libre et éclairé                  18.5.3. Rapports cliniques</p>	<p><b>18.6. Le secret professionnel</b>                  18.6.1. Concept et contenu                  18.6.2. Concept et contenu                  18.6.3. Exceptions au secret professionnel                  18.6.4. Fichiers informatiques</p>	<p><b>18.7. Publicité</b>                  18.7.1. Exigences de base pour une publicité professionnelle                  18.7.2. Mention des titres                  18.7.3. Publicité professionnelle                  18.7.4. Actions ayant un effet publicitaire possible</p>	



*Une expérience unique, clé et déterminante pour booster votre évolution professionnelle et franchir le pas définitif*

07

# Méthodologie

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

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.





“

*Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"*

## À TECH Business School, nous utilisons la Méthode des Cas de Harvard

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

“

*Avec TECH, vous pourrez découvrir une façon d'apprendre qui fait avancer les fondations des universités traditionnelles du monde entier”*



*Notre école est la première au monde à combiner les études de cas de l'université d'Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique.*



*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 intensif de TECH Business School prépare les étudiants à relever tous les défis dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Nous nous engageons à promouvoir la croissance personnelle et professionnelle, le meilleur moyen de marcher vers le succès, c'est pourquoi TECH utilise des *études de cas* de Harvard, avec qui nous avons un accord stratégique, ce qui nous permet de fournir à nos étudiants des matériaux de la meilleure université du monde.

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

La méthode du cas a été 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. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas réels. Vous devrez intégrer toutes vos connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions.

## Relearning Methodology

Notre université est la première au monde à combiner les *études de cas* de l'Université de Harvard avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui combine éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons les *études de cas* de Harvard 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 à partir de 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 hispanophone autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. 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 il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent 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, le leadership, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. 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 données 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 façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

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



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation 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, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



#### Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



#### Stages en gestion des compétences

Vous réaliserez des activités visant à développer des compétences de direction spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un haut dirigeant doit développer dans le contexte de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Bibliographie complémentaire

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

Vous réaliserez une sélection des meilleurs business cases utilisés à Harvard Business School. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes de la gestion supérieure en Amérique latine.



#### Résumés interactifs

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider 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 périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

# Profil de nos étudiants

Notre Mastère Avancé MBA en Gestion et Gestion des Cliniques Dentaires est un programme destiné aux professionnels large expérimentés qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances et progresser dans leur carrière professionnelle. La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme, qui est un plus de qualité en ces temps où l'internationalisation marque la voie à suivre pour tous les secteurs.





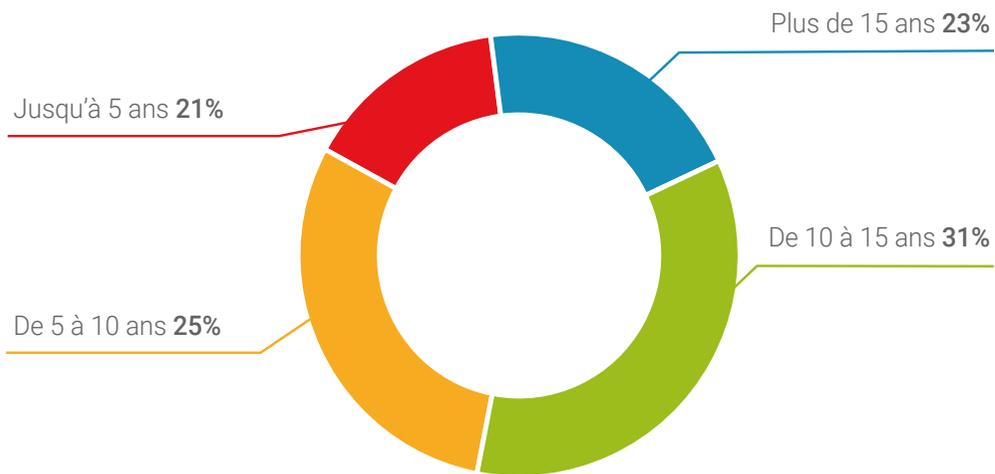
“

*Un programme destiné aux professionnels ayant une expérience dans le secteur, qui souhaitent renforcer leur formation et améliorer leur pratique quotidienne"*

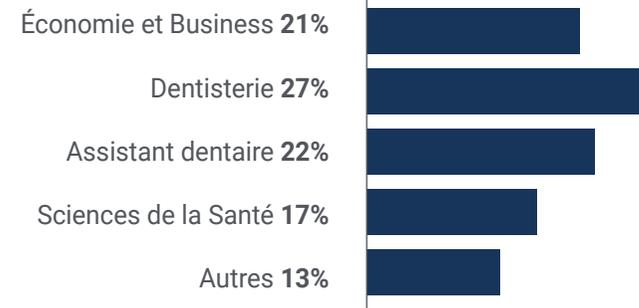
## Âge moyenne

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

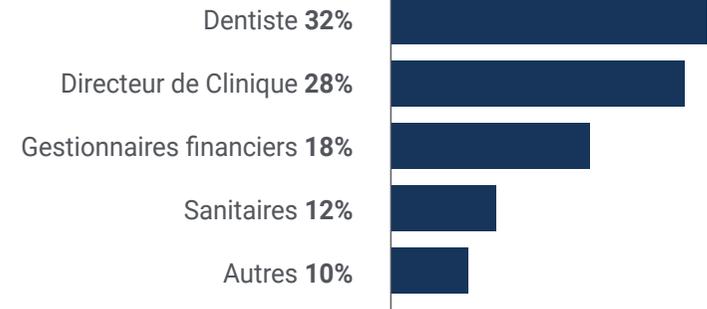
## Années d'expérience



## Formation

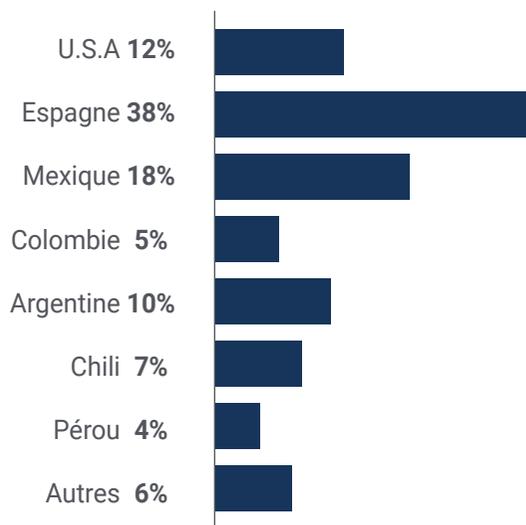


## Profil Académique



## Distribution géographique

---



## Elena Jiménez

Directeur d'une clinique dentaire

*"Le Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires m'a donné l'opportunité de me spécialiser dans ce domaine passionnant, en le combinant au reste de mes tâches quotidiennes C'était l'étape dont j'avais besoin pour donner un coup de pouce à ma carrière et, grâce à cela, je dirige aujourd'hui mon propre cabinet dentaire"*

09

# Direction de la formation

Ce programme académique dispose du personnel enseignant le plus spécialisé sur le marché de l'éducation actuel. Il s'agit des spécialistes sélectionnés par TECH pour développer l'ensemble de l'itinéraire. Ainsi, sur la base de leur propre expérience et des données les plus récentes, ils ont conçu le contenu le plus actuel qui offre une garantie de qualité dans un sujet aussi pertinent.



“

*TECH vous offre le personnel enseignant le plus spécialisé dans le domaine d'étude. Inscrivez-vous maintenant et profitez de la qualité que vous méritez”*

## Directeur Invité International

Chyree Heirs-Alexandre est une Spécialiste en Gestion de la Santé Publique qui possède une grande expérience dans la gestion des opérations des cabinets médicaux. En tant que Directrice du Centre Médical Familial de Worcester aux États-Unis, elle a travaillé à l'amélioration de la santé et du bien-être des habitants de Worcester. Elle a notamment offert son aide à des populations culturellement diverses en leur donnant accès à des services sociaux et à des soins primaires. Son objectif est de garantir des soins abordables, de qualité et complets, quelle que soit la capacité de paiement des patients.

Son engagement permanent en faveur de la Santé Publique l'a conduit à défendre l'idée que les services et les politiques de santé devraient être axés sur le bien-être et la qualité de vie. Dans cette optique, elle a occupé le poste de Directrice Adjointe de la Gestion du Cabinet au Brockton Neighbourhood Health Centre. À ce poste, elle a approfondi ses compétences en matière de coordination des activités qui se déroulent dans les centres médicaux.

En tant que spécialiste de ce secteur, Heirs-Alexandre vise à fournir une administration des soins de santé efficace, basée sur les outils et stratégies organisationnels les plus récents. À cet égard, il a travaillé dans une grande variété de domaines pour promouvoir la santé et prévenir les maladies dans les communautés. Dans cette optique, en 2020, il a participé aux efforts de vaccination lors de la pandémie de COVID-19, en veillant à ce que toutes les personnes aient accès à la vaccination contre cette maladie.

Parmi ses principales fonctions, elle a collaboré à des programmes de prévention des maladies et à la promotion d'habitudes saines, entre autres. Chyree Heirs-Alexandre est Directrice Associée et Cheffe des Opérations à l'École d'Odontologie de Harvard. À ce titre, elle est responsable de la gestion des activités quotidiennes et du personnel de soutien du centre.



## Dña. Heirs-Alexandre, Chyree

---

- Directrice des Opérations à l'École d'Odontologie de Harvard, Boston, USA
- Fondatrice de la société Orchids in Bloom Credentialing
- Directrice des Opérations Cliniques au Centre de Santé Familial de Worcester
- Directrice adjointe de la Gestion du Cabinet au Brockton Neighborhood Health Center
- Coordinatrice de l'Accréditation à Stamford Health
- Spécialiste de l'Accréditation chez NextGen Healthcare
- Coordinatrice des Opérations de Santé chez Vein Restoration Center - Corporate Medical Industry
- Assistante Clinicienne à l'Hopital de Stamford
- Master en Santé Publique de l'Université du Southern New Hampshire
- Diplôme en Administration des Soins de Santé du Charter Oak State College

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

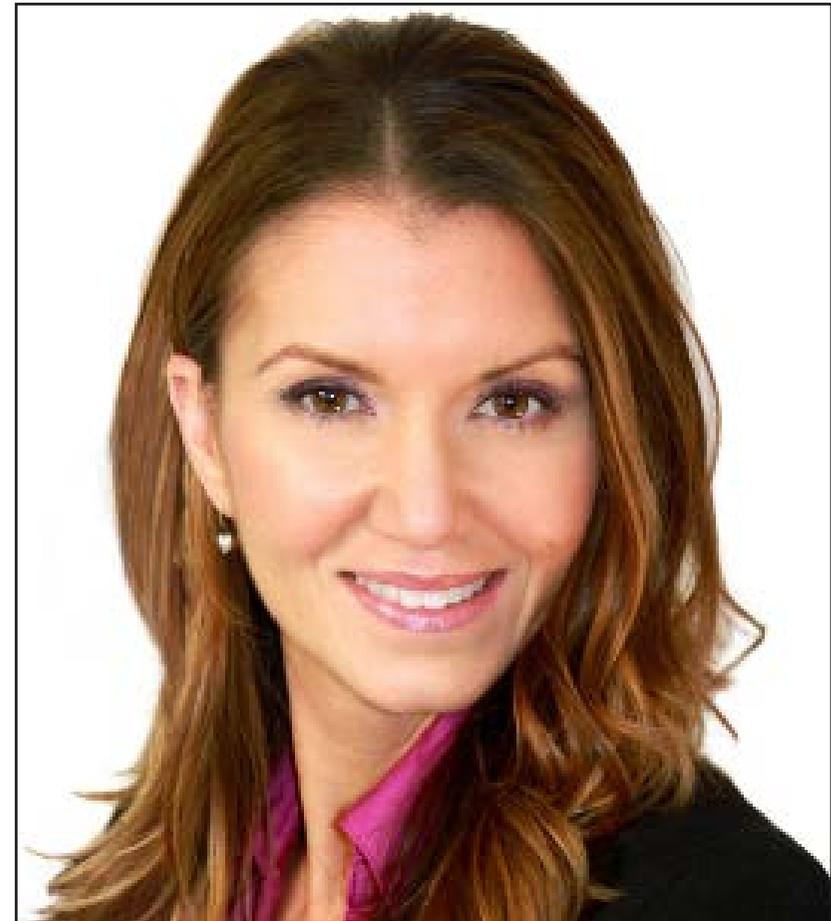
## Directeur Invité International

Avec plus de 20 ans d'expérience dans la conception et la direction d'équipes mondiales d'acquisition de talents, Jennifer Dove est une experte du recrutement et de la stratégie dans le domaine des technologies. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes à responsabilité dans plusieurs organisations technologiques au sein d'entreprises figurant au classement Fortune 50, telles que NBCUniversal et Comcast. Son parcours lui a permis d'exceller dans des environnements compétitifs et à forte croissance.

En tant que Vice-présidente de l'Acquisition des Talents chez Mastercard, elle supervise la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les RH pour atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. En particulier, elle vise à constituer des équipes diversifiées, inclusives et très performantes qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. En outre, elle est experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs éléments du monde entier. Elle est également chargée d'amplifier la marque employeur et la proposition de valeur de Mastercard par le biais de publications, d'événements et de médias sociaux.

Jennifer Dove a démontré son engagement en faveur du développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des Ressources Humaines et en contribuant à l'intégration de nombreux travailleurs dans différentes entreprises. Après avoir obtenu une licence en Communication Organisationnelle à l'Université de Miami, elle a occupé des postes de recrutement de haut niveau dans des entreprises de divers domaines.

Elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à intégrer la technologie dans les processus de recrutement et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions aux défis à venir. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de bien-être des employés qui ont permis d'accroître de manière significative la satisfaction et la fidélisation du personnel.



## Dña. Dove, Jennifer

---

- Vice-présidente de l'Acquisition des Talents, Mastercard, New York, États-Unis
- Directrice de l'Acquisition de Talents chez NBCUniversal, New York, États-Unis
- Responsable du Recrutement chez Comcast
- Directrice du Recrutement chez Rite Hire Advisory
- Vice-présidente Exécutive de la Division des Ventes chez Ardor NY Real Estate
- Directrice du Recrutement chez Valerie August & Associates
- Chargée de Comptes chez BNC
- Chargée de Comptes chez Vault
- Diplômée en Communication Organisationnelle de l'Université de Miami

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Directeur Invité International

Leader dans le domaine de la technologie, Rick Gauthier a acquis des décennies d'expérience au sein des grandes multinationales technologiques, et s'est distingué dans le domaine des services Cloud et de l'amélioration des processus de bout en bout. Il a été reconnu comme un leader et un gestionnaire d'équipes très efficaces, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un haut niveau d'engagement parmi ses employés.

C'est un spécialiste de la stratégie et de l'innovation exécutive, qui développe de nouvelles idées et appuie leur succès sur des données de qualité. Sa carrière chez Amazon lui a permis de gérer et d'intégrer les services informatiques de l'entreprise aux États-Unis, et chez Microsoft il a dirigé une équipe de 104 personnes, fournissant une infrastructure informatique à l'échelle de l'entreprise et soutenant les départements d'ingénierie des produits dans toute l'entreprise.

Cette expérience lui a permis de se distinguer en tant que manager à fort impact, avec des compétences remarquables pour augmenter l'efficacité, la productivité et la satisfaction globale des clients.



## D. Gauthier, Rick

---

- Directeur Régional des Technologies de l'Information chez Amazon. Seattle
- Directeur de programme Senior chez Amazon
- Vice-président de Wimmer Solutions
- Directeur Senior des Services d'Ingénierie de Productivité chez Microsoft
- Licence en Cybersécurité de l'Université Western Governors
- Certificat Technique en Plongée Commerciale de l'Institut de Technologie de la Diversité
- Licence en Études environnementales de l'Evergreen State College

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Directeur Invité International

Romi Arman est un expert international de renom qui compte plus de vingt ans d'expérience dans les domaines de la Transformation Numérique, du Marketing, de la Stratégie et du Conseil. Tout au long de sa longue carrière, il a pris de nombreux risques et est un défenseur constant de l'innovation et du changement dans l'environnement professionnel. Fort de cette expertise, il a travaillé avec des PDG et des organisations d'entreprises du monde entier, les poussant à s'éloigner des modèles d'entreprise traditionnels. Ce faisant, il a aidé des entreprises comme Shell Energy à devenir de véritables leaders du marché, axés sur leurs clients et le monde numérique.

Les stratégies conçues par Arman ont un impact latent, car elles ont permis à plusieurs entreprises d'améliorer l'expérience des consommateurs, du personnel et des actionnaires. Son succès est quantifiable par des mesures tangibles telles que le CSAT, l'engagement des employés dans les institutions où il a travaillé, et la croissance de l'indicateur financier EBITDA dans chacune d'entre elles.

Tout au long de sa carrière, il a également nourri et dirigé des équipes très performantes, qui ont notamment été récompensées pour leur potentiel de transformation. Chez Shell, en particulier, il s'est toujours efforcé de relever trois défis : répondre aux demandes complexes des clients en matière de décarbonisation, soutenir une "décarbonisation rentable" et remanier un paysage fragmenté en matière de données, de numérique et de technologie. Ainsi, ses efforts ont montré que pour obtenir un succès durable, il est essentiel de partir des besoins des consommateurs et de jeter les bases de la transformation des processus, des données, de la technologie et de la culture.

D'autre part, le cadre se distingue par sa maîtrise des applications commerciales de l'Intelligence Artificielle, sujet dans lequel il est titulaire d'un diplôme de troisième cycle de l'École de Commerce de Londres. Parallèlement, il a accumulé de l'expérience dans les domaines de l'IoT et de Salesforce.



## D. Arman, Romi

---

- Directeur de la Transformation Numérique (CDO) chez Shell Energy Corporation, Londres, Royaume-Uni
- Directeur Mondial du Commerce Électronique et du Service à la Clientèle chez Shell Energy Corporation, Londres, Royaume-Uni
- Responsable National des Grands Comptes (équipementier automobile et vente au détail) pour Shell à Kuala Lumpur, en Malaisie
- Consultant Principal en Gestion (Secteur des Services Financiers) pour Accenture basé à Singapour
- Licence de l'Université de Leeds
- Diplôme d'études supérieures en Applications Commerciales de l'IA pour
- Cadres Supérieurs de l'École de Commerce de Londres
- Certification de Professionnel de l'Expérience client CCXP  
Cours de Transformation Numérique pour les Cadres de l'IMD

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Directeur Invité International

Manuel Arens est un professionnel expérimenté de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de responsable mondial des achats au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basé à Mountain View, en Californie, il a apporté des solutions aux défis opérationnels du géant de la technologie, tels que l'intégrité des données de base, la mise à jour des données des fournisseurs et la hiérarchisation des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

Avec plus de dix ans d'expérience dans la fourniture de solutions numériques et de leadership pour des entreprises de divers secteurs, il possède une vaste expérience dans tous les aspects de la fourniture de solutions stratégiques, y compris le marketing, l'analyse des médias, la mesure et l'attribution. Il a d'ailleurs reçu plusieurs prix pour son travail, notamment le BIM Leadership Award, le Search Leadership Award, l'Export Lead Generation Programme Award et l'EMEA Best Sales Model Award.

M. Arens a également occupé le poste de Directeur des Ventes à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a conduit l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer entre eux et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste d'Analyste Industriel Principal, basé à Hambourg, en Allemagne, créant des scénarios pour plus de 150 clients en utilisant des outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des facteurs macroéconomiques et politiques/réglementaires affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

Il a également dirigé des équipes dans des entreprises telles que Eaton, Airbus et Siemens, où il a acquis une expérience précieuse en matière de gestion des comptes et de la chaîne d'approvisionnement. Il est particulièrement réputé pour dépasser continuellement les attentes en établissant des relations précieuses avec les clients et en travaillant de manière transparente avec des personnes à tous les niveaux d'une organisation, y compris les parties prenantes, la direction, les membres de l'équipe et les clients. Son approche fondée sur les données et sa capacité à développer des solutions innovantes et évolutives pour relever les défis de l'industrie ont fait de lui un leader éminent dans son domaine.



## D. Arens, Manuel

---

- ♦ Responsable principal de l'analyse B2B et de la technologie chez Google, États-Unis
- ♦ Directeur des Ventes chez Google, Irlande
- ♦ Senior Industry Analyst chez Google, Allemagne
- ♦ Account Manager à Google, Irlande
- ♦ Accounts Payable chez Eaton, Royaume-Uni
- ♦ Responsable de la chaîne d'approvisionnement chez Airbus, Allemagne

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Directeur Invité International

Andrea La Sala est un directeur expérimenté en Marketing dont les projets ont eu un impact significatif sur l'environnement de la Mode. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux Produits, Merchandising et Communication. Tout cela dans le cadre de marques prestigieuses telles que Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre autres.

Les résultats de ce cadre international de haut niveau sont liés à sa capacité avérée à synthétiser les informations dans des cadres clairs et à exécuter des actions concrètes alignées sur des objectifs commerciaux spécifiques. En outre, il est reconnu pour sa proactivité et son adaptation à des rythmes de travail rapides. En outre, il possède une forte sensibilité commerciale, une vision du marché et une véritable passion pour les produits.

En tant que Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani, il a supervisé une variété de stratégies de marketing pour les vêtements et les accessoires. Ses tactiques se sont également concentrées sur les besoins et le comportement des détaillants et des consommateurs. À ce titre, M. La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que chef d'équipe dans les départements du Design, de la Communication et des Ventes.

D'autre part, dans des entreprises telles que Calvin Klein ou Gruppo Coin, il a entrepris des projets visant à promouvoir la structure, le développement et la commercialisation de différentes collections. Il a également été chargé de créer des calendriers efficaces pour les campagnes d'achat et de vente. Il a également géré les conditions, les coûts, les processus et les délais de livraison pour différentes opérations.

Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des principaux et plus qualifiés dirigeants d'entreprise dans le secteur de la Mode et du Luxe. Ses grandes capacités managériales lui ont permis de mettre en œuvre efficacement le positionnement positif de différentes marques et de redéfinir leurs indicateurs clés de performance (KPI).



## D. La Sala, Andrea

---

- Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani
- Directeur du Merchandising chez Calvin Klein
- Directeur de Marque chez Gruppo Coin
- Brand Manager chez Dolce & Gabbana
- Brand Manager chez Sergio Tacchini S.p.A
- Analyste de marché chez Fastweb
- Diplôme de Business and Economics à l'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Directeur Invité International

Mick Gram est synonyme d'innovation et d'excellence dans le domaine de la Veille Stratégique au niveau international. Sa carrière réussie est liée à des postes de direction dans des multinationales telles que Walmart et Red Bull. Il est également connu pour sa capacité à identifier les technologies émergentes qui, à long terme, auront un impact durable sur l'environnement des entreprises.

D'autre part, le dirigeant est considéré comme un pionnier dans l'utilisation de techniques de visualisation de données qui simplifient des ensembles complexes, les rendent accessibles et facilitent la prise de décision. Cette compétence est devenue le pilier de son profil professionnel, le transformant en un atout recherché par de nombreuses organisations qui misent sur la collecte d'informations et la création d'actions concrètes à partir de celles-ci.

L'un de ses projets les plus remarquables de ces dernières années a été la plateforme Walmart Data Cafe, la plus grande de ce type au monde, ancrée dans le nuage pour l'analyse des Big Data. En outre, il a occupé le poste de Directeur de la Business Intelligence chez Red Bull, couvrant des domaines tels que les Ventes, la Distribution, le Marketing et les Opérations de la Chaîne d'Approvisionnement. Son équipe a récemment été récompensée pour son innovation constante dans l'utilisation de la nouvelle API de Walmart Luminare pour les informations sur les acheteurs et les canaux de distribution.

En termes de formation, le cadre possède plusieurs masters et diplômes de troisième cycle délivrés par des centres prestigieux tels que l'Université de Berkeley aux États-Unis et l'Université de Copenhague au Danemark. Grâce à cette actualisation continue, l'expert a atteint des compétences de pointe. Il est ainsi considéré comme un leader né de la nouvelle économie mondiale, centrée sur la recherche de données et ses possibilités infinies.



## D. Gram, Mick

---

- Architecte de Solutions de Business Intelligence pour Walmart Data Café
- Consultant Indépendant en Business Intelligence et Data Science
- Directeur de la Business Intelligence chez Capgemini
- Analyste en Chef chez Nordea
- Consultant en Chef en Business Intelligence pour SAS
- Executive Education en IA et Machine Learning à l'UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA en Commerce Électronique à l'Université de Copenhague
- Licence et Master en Mathématiques et Statistiques à l'Université de Copenhague

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Directeur Invité International

Scott Stevenson est un expert en Marketing Numérique distingué qui, depuis plus de 19 ans, travaille pour l'une des entreprises les plus puissantes de l'industrie du divertissement, Warner Bros Discovery. À ce titre, il a joué un rôle déterminant dans la supervision de la logistique et des flux de travail créatifs sur de multiples plateformes numériques, y compris les médias sociaux, la recherche, l'affichage et les médias linéaires.

Son leadership a été déterminant dans la mise en place de stratégies de production de médias payants, ce qui a entraîné une nette amélioration des taux de conversion de son entreprise. Parallèlement, il a assumé d'autres fonctions, telles que celles de Directeur des Services Marketing et de Responsable du Trafic au sein de la même multinationale pendant la période où il occupait un poste de direction.

M. Stevenson a également participé à la distribution mondiale de jeux vidéo et à des campagnes de propriété numérique. Il a également été chargé d'introduire des stratégies opérationnelles liées à la formation, à l'achèvement et à la livraison de contenus sonores et visuels pour des publicités télévisées et des bandes-annonces.

Il est titulaire d'une licence en télécommunications de l'université de Floride et d'une maîtrise en création littéraire de l'Université de Californie, ce qui témoigne de ses compétences en matière de communication et de narration. En outre, il a participé à l'école de développement professionnel de l'Université de Harvard à des programmes de pointe sur l'utilisation de l'Intelligence Artificielle dans les entreprises. Son profil professionnel est donc l'un des plus pertinents dans le domaine actuel du Marketing et des Médias Numériques.



## D. Stevenson, Scott

---

- Directeur des Services de Marketing chez Warner Bros. Entertainment
- Responsable du Trafic chez Warner Bros. Entertainment
- Master en Ecriture Créative de l'Université de Californie
- Licence en Télécommunications de l'Université de Floride

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

## Directeur Invité International

Le Docteur Eric Nyquist est un professionnel du sport international de premier plan qui s'est construit une carrière impressionnante, reconnue pour son leadership stratégique et sa capacité à conduire le changement et l'innovation dans les organisations sportives de haut niveau.

En effet, il a occupé des postes de haut niveau tels que celui de Directeur des Communications et de l'Impact chez NASCAR, basé en Floride, aux États-Unis. Fort de ses nombreuses années d'expérience à la NASCAR, le Docteur Nyquist a également occupé un certain nombre de postes de direction, dont ceux de Vice-président Senior du Développement Stratégique et de Directeur Général des Affaires Commerciales, gérant plus d'une douzaine de disciplines allant du développement stratégique au Marketing du divertissement.

M. Nyquist a également marqué de son empreinte les principales franchises sportives de Chicago. En tant que Vice-président Exécutif des Bulls de Chicago et des White Sox de Chicago, il a démontré sa capacité à mener à bien des affaires et des stratégies dans le monde du sport professionnel.

Enfin, il a commencé sa carrière dans le sport en travaillant à New York en tant qu'analyste stratégique principal pour Roger Goodell au sein de la National Football League (NFL) et, avant cela, en tant que Stagiaire Juridique auprès de la Fédération de Football des États-Unis.



## D. Nyquist, Eric

---

- Directeur des Communications et Impacts, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président Senior, Développement Stratégique, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président de la Planification Stratégique, NASCAR
- Directeur Principal des Affaires Commerciales à NASCAR
- Vice-président Exécutif, Franchises Chicago White Sox
- Vice-président Exécutif, Franchises des Bulls de Chicago
- Responsable de la Planification Commerciale à la National Football League (NFL)
- Stagiaire en Affaires Commerciales et Juridiques à la Fédération Américaine de Football
- Docteur en Droit de l'Université de Chicago
- Master en Administration des Affaires (MBA) de la Booth School of Business de l'Université de Chicago
- Licence en Économie Internationale du Carleton College

“

*Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”*

# 10

## Impact sur votre carrière

Nous TECH Université Technologique est conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente des étudiants un investissement financier, professionnel et, bien sûr, personnel important. 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 de ses élèves de sorte que vous puissiez acquérir les compétences et les capacités nécessaires qui vous permettront de réaliser ce changement.





“

*TECH vous aidera à générer un  
changement positif dans votre profession”*

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

Le **Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires** de **TECH Universidad Tecnológica** est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever des défis et à prendre des décisions commerciales, tant au niveau national qu'international. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

Par conséquent, ceux qui souhaitent s'améliorer, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, trouveront leur place à **TECH**.

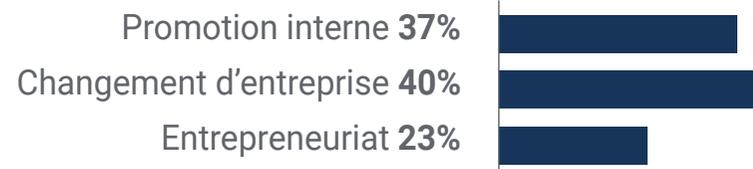
*Un programme unique pour améliorer votre formation dans ce domaine.*

*Obtenez la promotion que vous souhaitez en améliorant votre compétitivité à l'issue de ce programme.*

### 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

Le Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires 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 chez les élèves 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.





“

*Il apporte une nouvelle vision commerciale à l'entreprise"*

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 manager 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 manager 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'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.



05

### Développement de projets propres

Vous le directe pourra travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R+D ou du développement commercial de votre entreprise.

---

06

### Augmentation de la compétitivité

Ce Mastère Avancé dotera les étudiants des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire ainsi progresser l'organisation.

# 12 Diplôme

Le Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires garantit, en plus d'une formation des plus rigoureuses et actualisées, l'accès à un diplôme de Mastère Avancé 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 Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal\* avec accusé de réception le diplôme de **Mastère Avancé** par **TECH Université technologique**.

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

Diplôme: **Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires**  
N.º d'heures officielles: **3.000 h.**



Mastère Avancé MBA en Gestion et Direction des Cliniques Dentaires

Distribution Générale du Programme d'Études

Cours	Matière	ECTS	Type	Cours	Matière	ECTS	Type
1	Leadership, éthique et RSE	6	OB	2	Conception de votre clinique dentaire	7	OB
1	Gestion stratégique et Management Exécutif	6	OB	2	Introduction au Marketing	7	OB
1	Gestion des personnes et des talents	6	OB	2	Le marketing 2.0	7	OB
1	Gestion économique et financière	7	OB	2	La valeur du capital humain	7	OB
1	Gestion des opérations et de la logistique	7	OB	2	Gestion des équipes	7	OB
1	Gestion des systèmes d'information	7	OB	2	Qualité et gestion du temps dans le cabinet dentaire	7	OB
1	Gestion commerciale, marketing et communication d'entreprise	7	OB	2	Gestion des achats et des entrepôts	7	OB
1	Innovation et gestion de projet	7	OB	2	Coûts et finances appliqués aux cliniques dentaires	7	OB
1	Les piliers de la gestion d'un cabinet dentaire	7	OB	2	Soins dentaires	7	OB

*Pre Tere Guevara Navarro*  
Pre Tere Guevara Navarro  
Rectrice

tech université technologique

\*Apostille de La Haye Dans le cas où l'étudiant demande l'Apostille de La Haye pour son diplôme papier, TECH ÉDUCATION fera les démarches nécessaires pour l'obtenir, moyennant un coût supplémentaire.



## **Mastère Avancé** MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 2 ans
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Mastère Avancé

## MBA en Gestion et Direction de Cliniques Dentaires

