

Curso de Especialização

Marketing em Clínicas Veterinárias





Curso de Especialização Marketing em Clínicas Veterinárias

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-marketing-clinicas-veterinarias

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

03

Porquê o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estrutura e conteúdo

pág. 22

06

Metodologia

pág. 30

07

Perfil dos nossos alunos

pág. 38

08

Direção do curso

pág. 42

09

Impacto para a sua carreira

pág. 48

10

Benefícios para a sua empresa

pág. 52

11

Certificação

pág. 56

01

Boas-vindas

O marketing é fundamental para o sucesso de qualquer empresa, sendo ainda mais importante em mercados onde a concorrência é cada vez mais intensa. Com o aumento da preocupação com o bem-estar dos animais na nossa sociedade, as clínicas veterinárias começaram a proliferar e a multiplicar-se em número. Sendo este o momento ideal para se distinguir através de uma comunicação direcionada e especializada, a TECH desenvolveu esta qualificação completa com a qual todos os profissionais de Marketing se podem especializar num nicho de negócio em crescimento. Ao apostar numa capacitação em marketing em clínicas veterinárias, o aluno tem a garantia de ter mais oportunidades profissionais com grandes expectativas de crescimento profissional.



Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias.
TECH Universidade Tecnológica



“

Adquira as competências necessárias para colocar os clientes da sua clínica veterinária na vanguarda da comunicação”

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo que obedece aos mais elevados padrões académicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

A TECH é uma Universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudara alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“*Caso de Sucesso Microsoft Europa*” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95%

dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.

A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma Universidade única:



Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.



Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

03

Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta para um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04 Objetivos

O principal objetivo deste Curso de Especialização da TECH é capacitar o aluno para gerir a comunicação com uma perspetiva global e inovadora, de qualquer clínica veterinária. Com conhecimentos avançados sobre os diferentes tipos de marketing e a sua aplicação na área da saúde animal, o aluno destacar-se-á profissionalmente num nicho de mercado em expansão, garantindo assim a progressão profissional que deseja.



“

Prepare-se para ser um profissional de marketing veterinário de primeira categoria com todos os conhecimentos que irá aprender ao longo deste Curso de Especialização"

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos.
Trabalhamos em conjunto para os alcançar.

O Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias capacitará o aluno para:

01

Definir as tipologias de clientes de uma clínica veterinária e os estilos de comunicação que melhor se adaptam às mesmas

04

Analisar situações de distorção de emoções e de queixas, de modo a lidar com elas de forma eficaz

02

Desenvolver as competências de comunicação necessárias numa clínica veterinária

03

Demonstrar e desenvolver empatia numa consulta veterinária

05

Gerir e avaliar a qualidade do atendimento ao cliente numa clínica veterinária



06

Estabelecer e desenvolver carteiras de clientes com recurso a ferramentas práticas

08

Analisar e desenvolver a visita perfeita do utilizador de uma clínica veterinária

09

Analisar a evolução do Marketing e o seu significado no Marketing experiencial atual

07

Conceber e desenvolver modelos de experiência do cliente (CX) para obter a melhor experiência do utilizador (UX) possível

10

Refletir sobre a necessidade e obrigação de fidelizar os bons clientes



11

Analisar a diferença na venda de serviços e produtos

12

Determinar o preço de um serviço veterinário

13

Propor uma metodologia para a fixação dos preços dos serviços veterinários

14

Desenvolver uma metodologia prática de atendimento telefónico ao cliente

15

Capacitar para cobrar sempre tudo o que é feito e faturado



16

Identificar os meios publicitários mais adequados para cada ação

18

Estabelecer uma metodologia de tratamento das queixas e reclamações



19

Desenvolver uma metodologia para converter cada estratégia em pelo menos uma ação específica

17

Mostrar a importância dos inquéritos de satisfação para saber o que os nossos clientes pensam de nós

20

Determinar a base prática para aumentar as vendas através do cross-selling

21

Conscientizar sobre a necessidade de utilizar o *Merchandising* na clínica

24

Analisar os valores a desenvolver necessários num gestor

22

Conscientizar sobre o marketing digital dever ter o mesmo peso que o marketing analógico

25

Propor uma metodologia para se tornar num bom líder

23

Propor modelos que ajudem a controlar as ações de marketing

26

Enfrentar um processo de negociação com confiança e segurança

27

Gerar confiança nas pessoas com quem o gestor trabalha e em si próprio

30

Construir e unir equipas profissionais de alto rendimento
Identificar e analisar os conflitos internos de uma clínica

28

Desenvolver as competências necessárias para uma excelente autogestão do tempo

31

veterinária
Dirigir equipas profissionais para as ajudar

29

Propor uma metodologia adequada para otimizar a produtividade do gestor

32

a encontrar soluções para os seus conflitos internos

05

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Curso de Especialização foi desenvolvido tendo em conta as necessidades profissionais do aluno e a realidade atual do mercado veterinário. Desta forma, o aluno encontrará um ensino personalizado com o qual poderá centrar corretamente a sua carreira profissional na comunicação publicitária veterinária. Esta é uma boa oportunidade para liderar equipas de Marketing nesta área e tornar-se numa referência no setor.



“

Transforme a sua ambição no combustível que o levará ao sucesso no marketing veterinário e matricule-se hoje com a TECH neste Curso de Especialização que levará a sua carreira para o nível seguinte"

Plano de estudos

Os conteúdos do Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias foram elaborados por uma equipa de profissionais com vasta experiência na gestão da comunicação nesta área empresarial. Desta forma, a TECH garante que o aluno recebe o material didático mais atualizado do mercado.

Para além disso, a metodologia educativa empregada pela TECH garante que o aluno adquira todos os conhecimentos e competências da melhor forma possível com amplo material audiovisual que ajuda a exemplificar todo o conteúdo teórico e, ao mesmo tempo, alivia a carga letiva.

Durante as 450 horas de capacitação, os alunos terão também acesso a casos reais de técnicas e estratégias de marketing bem sucedidas em clínicas veterinárias e poderão aprender diretamente com os exemplos mais práticos de como utilizar corretamente todas as competências aprendidas.

Este Curso de Especialização decorre ao longo de 6 meses e é composto por 3 módulos:

Módulo 1.

O cliente/utilizador das clínicas veterinárias

Módulo 2.

Marketing aplicado às clínicas veterinárias

Módulo 3.

Liderança e competências de gestão aplicadas às clínicas veterinárias



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias completamente online. Durante os 6 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste Curso de Especialização a qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

Aprofunde-se no estudo da cibersegurança e consiga prevenir ataques informáticos à sua empresa.

Módulo 1. O cliente/utilizador das clínicas veterinárias

1.1. Serviço de atendimento ao cliente em clínicas veterinárias

- 1.1.1. Excelência no atendimento ao cliente
- 1.1.2. Gestão do serviço de apoio ao cliente
- 1.1.3. O cumprimento nas clínicas veterinárias como uma ferramenta de lealdade

1.2. A comunicação presencial em clínicas veterinárias

- 1.2.1. Vantagens práticas da comunicação com os clientes
- 1.2.2. Paradigma atual
- 1.2.3. As necessidades dos clientes
- 1.2.4. Gestão da qualidade do serviço ao cliente
 - 1.2.4.1. Canais de comunicação com o cliente
 - 1.2.4.2. Sistemas informáticos/bases de dados (CRM)
 - 1.2.4.3. Técnicas de Avaliação da qualidade

1.3. Competências essenciais de comunicação para profissionais em clínicas veterinárias

- 1.3.1. A questão na comunicação profissional
- 1.3.2. A escuta na comunicação profissional
- 1.3.3. Comunicação não verbal
- 1.3.4. Comunicação-verbal
- 1.3.5. Proxémia nas clínicas veterinárias

1.4. A empatia como habilidade fundamental nas relações com clientes do século XXI em clínicas veterinárias

- 1.4.1. Definição e descrição
- 1.4.2. Expressões de empatia
- 1.4.3. Ferramentas para trabalhar a empatia com os clientes em clínicas veterinárias

1.5. Metodologia para lidar com sucesso com situações difíceis com clientes numa clínica veterinária

- 1.5.1. Os quatro hábitos essenciais dos médicos altamente eficazes
- 1.5.2. Características do conflito entre os profissionais e os seus clientes
- 1.5.3. Metodologia para lidar com situações difíceis com os clientes em clínicas veterinárias
 - 1.5.3.1. Identificar o problema
 - 1.5.3.2. Descobrir o significado
 - 1.5.3.3. Aproveitar as oportunidades
 - 1.5.3.4. Estabelecer os limites da relação
 - 1.5.3.5. Estender a ajuda para resolver o problema
- 1.5.4. Ferramenta para a melhoria das capacidades de comunicação profissional

1.6. A comunicação na consulta veterinária

- 1.6.1. Introdução
- 1.6.2. O modelo de Calgary-Cambridge aplicado à prática veterinária
 - 1.6.2.1. Fase de preparação
 - 1.6.2.2. Início da consulta
 - 1.6.2.3. Recolha de informações
 - 1.6.2.4. Resultados e planificação
 - 1.6.2.5. Fornecer a informação adequada
 - 1.6.2.6. Compreensão mútua
 - 1.6.2.7. Fim da consulta
- 1.6.3. Comunicação de más notícias a clientes de clínicas veterinárias

1.7. Estratégias para as relações com clientes numa clínica veterinária

- 1.7.1. Marketing relacional
- 1.7.2. Principais expectativas dos clientes e utilizadores de clínicas veterinárias
- 1.7.3. Gestão da relação com o cliente a longo prazo
 - 1.7.3.1. Modelo MSMC (O Melhor Serviço para os Melhores Clientes)
 - 1.7.3.2. O novo paradigma dos CRM

1.8. Segmentação e carteirização de clientes numa clínica veterinária

- 1.8.1. Segmentos e carteiras de clientes
 - 1.8.1.1. Processo de carteirização em clínicas veterinárias
- 1.8.2. Vantagens estratégicas da carteirização
- 1.8.3. Os Clientes Mais Valiosos (CMV)

1.9. Experiência do cliente (CX) e experiência do utilizador (UX) em clínicas veterinárias

- 1.9.1. O momento da verdade
- 1.9.2. Elementos que compõem a Experiência do Cliente
- 1.9.3. Experiência do utilizador

1.10. Aplicação prática da experiência do cliente e do utilizador em clínicas veterinárias

- 1.10.1. Fases
 - 1.10.1.1. Estudo e análise das experiências dos utilizadores
 - 1.10.1.2. Definição da plataforma experimental
 - 1.10.1.3. Design e planeamento das experiências
 - 1.10.1.4. Estruturação do contacto ou reunião com os clientes
 - 1.10.1.5. Metodologia prática

Módulo 2. Marketing aplicado às clínicas veterinárias**2.1. Marketing em clínicas veterinárias**

- 2.1.1. Definições
- 2.1.2. Necessidades-Motivos de compra
- 2.1.3. Oferta e Procura
- 2.1.4. Evolução do Marketing
- 2.1.5. As empresas atuais
- 2.1.6. O cliente atual
- 2.1.7. A fidelização: Marketing do século XXI

2.2. O que se vende numa clínica veterinária?

- 2.2.1. Produtos
- 2.2.2. Serviços
- 2.2.3. Diferenças entre os produtos e serviços
- 2.2.4. Os 4P dos produtos
- 2.2.5. Os 7P dos serviços

2.3. Serviços e produtos em clínicas veterinárias

- 2.3.1. Carteira de serviços
- 2.3.2. Carteira de produtos
- 2.3.3. Como vender produtos?
- 2.3.4. Como vender serviços?
- 2.3.5. Diferenciação - Valor acrescentado
- 2.3.6. Técnica CABE
- 2.3.7. Neuromarketing e a sua aplicação às vendas

2.4. O preço dos serviços e produtos nas clínicas veterinárias

- 2.4.1. A importância do preço numa empresa
- 2.4.2. A relatividade dos preços nos serviços
- 2.4.3. Como fixar os preços de um serviço?
- 2.4.4. Como fixar os preços de um produto?
- 2.4.5. Lista de preços
- 2.4.6. Como fixar os preços de um serviço ao cliente?
- 2.4.7. Como contestar comentários sobre preços elevados?
- 2.4.8. Curva de elasticidade de procura-preço
- 2.4.9. Modelos de negócios de preços em clínicas veterinárias
- 2.4.10. Como cobrar tudo e o que fazer em caso contrário?

2.5. Comunicação com os clientes em clínicas veterinárias

- 2.5.1. Comunicação com o cliente interno: empregados
- 2.5.2. Necessidade: coordenação da mensagem
- 2.5.3. Multicanal e omnicanal
- 2.5.4. Na sala de espera
- 2.5.5. Contacto telefónico
- 2.5.6. Na consulta
- 2.5.7. Recomendações
- 2.5.8. Campanhas de prevenção sanitária
- 2.5.9. O Dr. Google Vet. e a sua gestão pelo veterinário
- 2.5.10. Razões pelas quais um cliente muda de veterinário
- 2.5.11. Inquéritos de satisfação
- 2.5.12. As reclamações numa clínica veterinária

2.6. Publicidade em clínicas veterinárias

- 2.6.1. Que tipo de clientes quero alcançar?
- 2.6.2. Na sala de espera
- 2.6.3. Artigos promocionais
- 2.6.4. Imprensa
- 2.6.5. Meios digitais
- 2.6.6. Outros

2.7. O Cross-selling em clínicas veterinárias

- 2.7.1. O que é e para que serve?
- 2.7.2. Tipos de cross-selling
- 2.7.3. Como pode ser feita?
- 2.7.4. Serviço + Serviço
- 2.7.5. Serviço + Produto
- 2.7.6. Produto + Produto
- 2.7.7. Trabalho em equipa

2.8. Merchandising

- 2.8.1. Definições
- 2.8.2. Os Pilares
- 2.8.3. Objetivos
- 2.8.4. O processo de decisão de compra e os tipos de compra
- 2.8.5. O Exterior
 - 2.8.5.1. Fachada
 - 2.8.5.2. Identidade
 - 2.8.5.3. Porta
 - 2.8.5.4. Montra/vitrine
- 2.8.6. O Interior
 - 2.8.6.1. Variedade
 - 2.8.6.2. Disposição do espaço
- 2.8.7. Gestão de existências
- 2.8.8. Animação no ponto de venda
 - 2.8.8.1. Externa
 - 2.8.8.2. Interna
 - 2.8.8.3. PLV
 - 2.8.8.4. Promoções

2.9. Marketing digital em clínicas veterinárias

- 2.9.1. Generalidades
- 2.9.2. O efeito ROPO
- 2.9.3. *Blending* Marketing: offline e online
- 2.9.4. Páginas web de uma clínica veterinária
- 2.9.5. Redes sociais aplicadas às clínicas veterinárias
- 2.9.6. *E-mail* Marketing
- 2.9.7. Ferramentas de mensagens instantâneas
 - 2.9.5.1. Facebook
 - 2.9.5.2. Twitter
 - 2.9.5.3. Instagram
 - 2.9.5.4. Canal de YouTube

2.10. Ferramentas de lealdade para os clientes de clínicas veterinárias

- 2.10.1. Nem todos os clientes têm o mesmo valor
- 2.10.2. Planos de saúde
- 2.10.3. Campanhas de prevenção sanitária
- 2.10.4. Seguros de saúde veterinária
- 2.10.5. Sistemas de acumulação de pontos
- 2.10.6. Cupões de desconto
- 2.10.7. Outros

Módulo 3. Liderança e competências de gestão aplicadas às clínicas veterinárias

3.1. Competências essenciais de gestão num gerente e/ou proprietário de uma clínica veterinária

- 3.1.1. A Direção
- 3.1.2. Tomada de decisões
- 3.1.3. Capacidade de resolução
- 3.1.4. Flexibilidade
- 3.1.5. Autoconhecimento
- 3.1.6. Assertividade
- 3.1.7. Comunicação
- 3.1.8. Inteligência emocional

3.2. A liderança aplicada às clínicas veterinárias

- 3.2.1. Características do líder
- 3.2.2. Benefícios da liderança
- 3.2.3. Exercícios do líder
- 3.2.4. A delegação
 - 3.2.4.1. Estratégia de delegação
 - 3.2.4.2. Seleção de tarefas
 - 3.2.4.3. Processo para a habilitação
- 3.2.5. Entrevistas motivacionais com funcionários
 - 3.2.5.1. Método GROW/MAPA

3.3. Negociação para o gerente de uma clínica veterinária

- 3.3.1. Habilidades do negociador
- 3.3.2. Tipos e estilos de negociação
- 3.3.3. Etapas da negociação
 - 3.3.3.1. Preparação
 - 3.3.3.2. Discussão e argumentação
 - 3.3.3.3. Proposta
 - 3.3.3.4. Troca
 - 3.3.3.5. Fecho
 - 3.3.3.6. Acompanhamento
- 3.3.4. Táticas e técnicas de negociação
- 3.3.5. Estratégias

3.4. A gestão do tempo do gerente de uma clínica veterinária

- 3.4.1. Abrandar, refletir, analisar e decidir
- 3.4.2. Conhecimento interior
- 3.4.3. Como priorizar
- 3.4.4. Agir
- 3.4.5. Planificar e organizar
- 3.4.6. Ladrões do tempo

3.5. Como gerar confiança nos colaboradores de uma clínica veterinária?

- 3.5.1. Autoconfiança
- 3.5.2. Confiar nos outros
- 3.5.3. Autocrítica construtiva
- 3.5.4. Respeito e responsabilidade
- 3.5.5. Honestidade
- 3.5.6. Ensaio/erro

3.6. Gestão da produtividade da administração de uma clínica veterinária

- 3.6.1. Ladrões de produtividade
- 3.6.2. O método Getting Things Done® (GTD)
 - 3.6.2.1. Fundamentos
 - 3.6.2.2. Recolher ou capturar
 - 3.6.2.3. Processar ou esclarecer
 - 3.6.2.4. Organizar
 - 3.6.2.5. Rever
 - 3.6.2.6. Fazer

3.7. Equipas profissionais de alto desempenho em clínicas veterinárias

- 3.7.1. Grupos de trabalho
- 3.7.2. Características das equipas profissionais
- 3.7.3. Benefício das equipas profissionais de alto desempenho
- 3.7.4. Exemplos práticos

3.8. Identificação e resolução de conflitos internos em clínicas veterinárias

- 3.8.1. O método das cinco disfunções das equipas profissionais
 - 3.8.1.1. Falta de confiança
 - 3.8.1.2. Medo de conflitos
 - 3.8.1.3. Falta de compromisso
 - 3.8.1.4. Evitar a responsabilidade
 - 3.8.1.5. Desinteresse pelos resultados
- 3.8.2. Causas de insucesso nas equipas profissionais

3.9. Prevenção da toxicidade interna em clínicas veterinárias

- 3.9.1. Saúde da organização
- 3.9.2. Medidas preventivas
 - 3.9.2.1. Criar uma equipa de liderança coesa
 - 3.9.2.2. Criar clareza dentro da organização
 - 3.9.2.3. Sobrecomunicar a clareza
 - 3.9.2.4. Reforçar a clareza

3.10. Gestão de mudanças na administração de uma clínica veterinária

- 3.10.1. Auditoria de crenças
- 3.10.2. Desenvolvimento do carácter
- 3.10.3. Ações de mudança



06

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo.

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.



O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais”

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



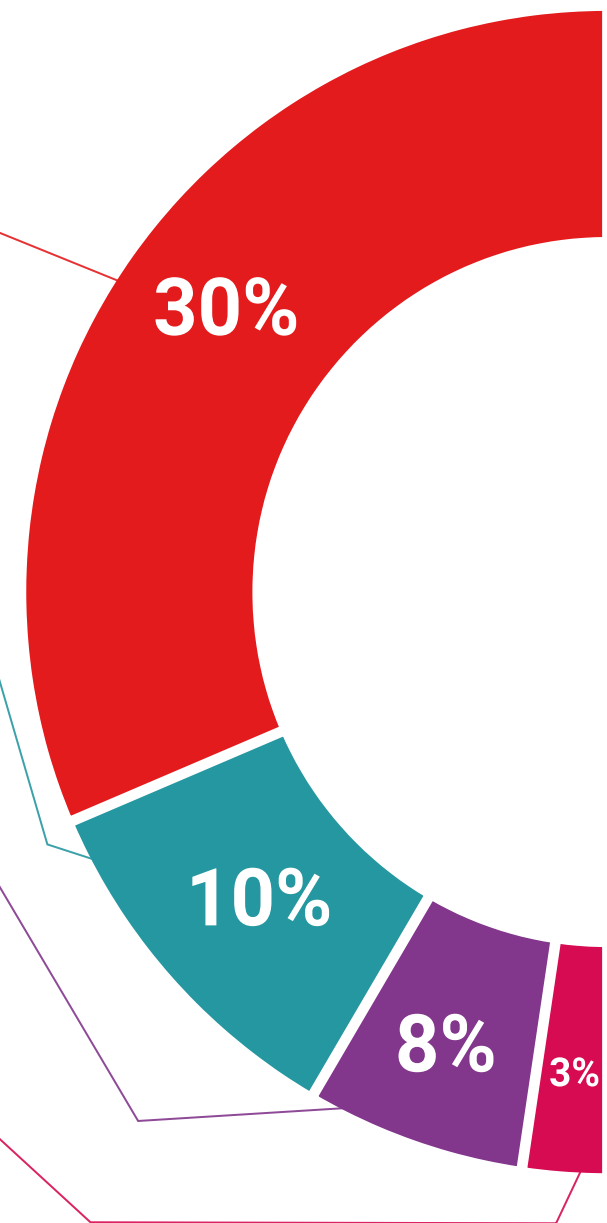
Práticas de aptidões e competências

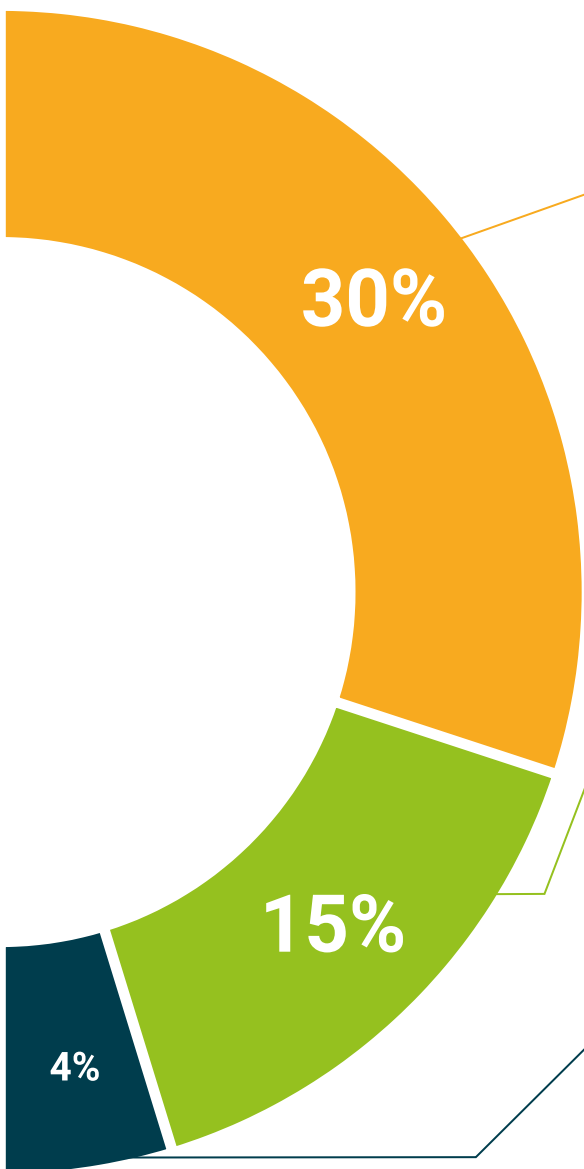
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

Perfil dos nossos alunos

Este curso foi criado para todos os profissionais do mundo veterinário ou do marketing que pretendam especializar a sua carreira e dar uma abordagem de maior qualidade ao seu trabalho neste contexto específico. Graças aos conhecimentos avançados ensinados e à variedade de perfis multidisciplinares, o aluno tem uma excelente oportunidade de fazer *Networking* e conhecer potenciais parceiros ou potenciais clientes.





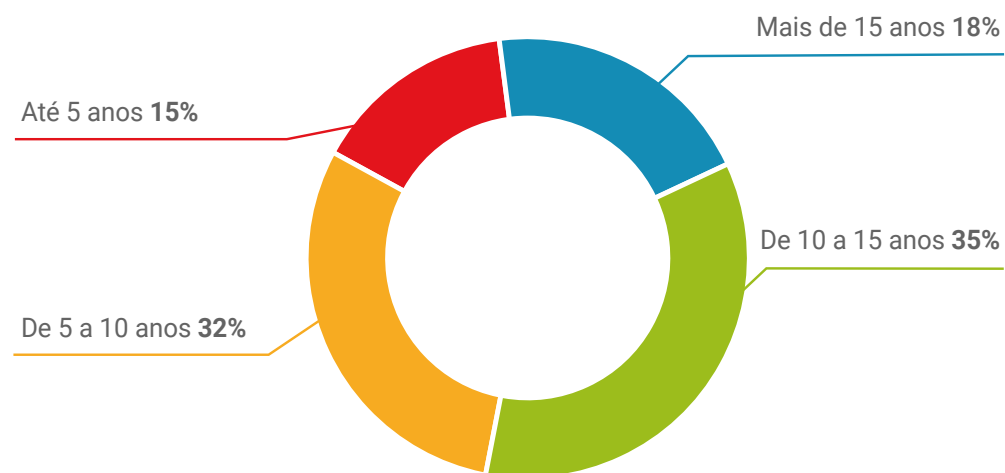
“

Terá a visão para levar a sua clínica veterinária a um novo nível com uma comunicação centrada no público que pretende alcançar”

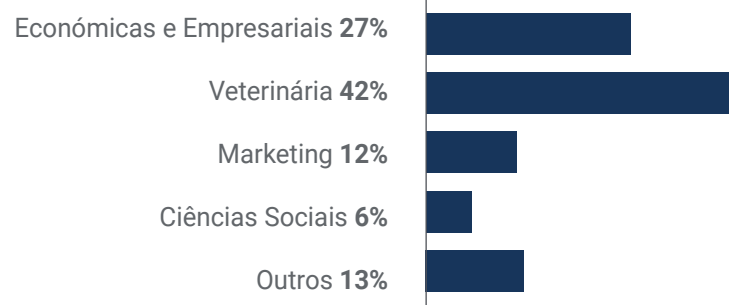
Idade média

Entre **35** e **45** anos

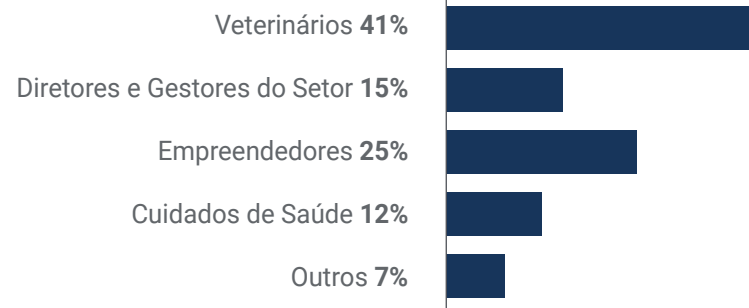
Anos de experiência



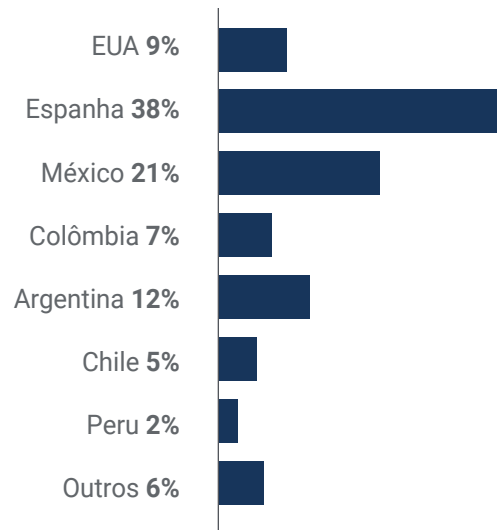
Formação



Perfil académico



Distribuição geográfica



Lola María Mondragón

Especialista em Marketing

"Este Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias permitiu-me reorientar a minha profissão para esta área, que considero muito interessante e cheia de oportunidades. Recomendo-o a todos os profissionais que queiram especializar-se neste nicho tão apaixonante"

08

Direção do curso

O corpo docente do Curso de Especialização inclui peritos de referência na gestão e direção de clínicas veterinárias, que trazem a experiência dos seus anos de trabalho para esta capacitação. Para além disso, outros especialistas prestigiados em áreas relacionadas participam na sua conceção e elaboração, completando o Curso de Especialização de uma forma interdisciplinar, tornando-o numa experiência académica única para o aluno.



“

Os especialistas nesta área trazem para o estudo, para além dos conhecimentos mais inovadores, a visão real e atual deste tipo de trabalho”

Direção



Dr. Enrique Barreneche Martínez

- ♦ Diretor da consultoria VetsPower.com, uma empresa de consultoria empresarial dedicada exclusivamente a Clínicas Veterinárias para animais de companhia
- ♦ Licenciado em Medicina Veterinária pela Universidade Complutense de Madrid em 1990
- ♦ Vice-presidente da associação provincial de empregadores do setor veterinário de Alicante AEVA e tesoureiro da Confederação de Associações Patronais do Setor Veterinário de Espanha (CEVE)
- ♦ Cofundador do Grupo de Trabalho de Gestão e Administração (GGA) da AVEPA, do qual foi presidente entre 2011 e 2013
- ♦ Experiência empresarial própria. Fundador e proprietário do Clínica Veterinária Amic em Alicante de 1991 até 2018, transferiu-se para se dedicar exclusivamente à gestão de empresas no setor dos clínicas veterinárias para animais de companhia
- ♦ Autor dos livros sobre gestão empresarial em clínicas veterinárias "¿Quién se ha llevado mi centro veterinario? (2009) e "¡Ya encontré mi centro veterinario!" (2013)
- ♦ Coautor de dois livros e autor de capítulos específicos noutras publicações para a formação de Auxiliares de Clínica Veterinária (ACV)
- ♦ Orador em diversos cursos e workshops sobre gestão empresarial de clínicas veterinárias, tanto presenciais como online, tanto em Espanha como no estrangeiro
- ♦ Desde 1999, tem dado inúmeras palestras, cursos e webinars para pessoal auxiliar em clínicas veterinárias

Professores

Dr. Abel Martín González

- ♦ Licenciado em Medicina Veterinária pela Universidade Complutense de Madrid, 1989
- ♦ Estudos de doutoramento, sem a apresentação da tese
- ♦ Professor colaborador com a Junta de Comunidades de Castilla La Mancha em cursos sobre Gestão de Explorações Pecuárias
- ♦ Palestras sobre Ecografia e Controlo Reprodutivo organizadas pela AESLA (Associação de Criadores de Raça Lacaunne) em diferentes locais em Espanha
- ♦ Orador no Ciclo de Conferências sobre a Luta contra as Doenças dos Touros organizado pelo Colégio de Veterinários de Madrid
- ♦ Conferências sobre Gestão de Clínicas Veterinárias organizadas pelo Grupo de Gestão AVEPA
- ♦ Orador em vários Congressos Nacionais organizados pela AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- ♦ Perito INCUAL na elaboração da qualificação profissional de Assistência e ajuda sanitária para a gestão dos animais de criação
- ♦ Veterinário em prática clínica gratuita de explorações pecuárias, como diretor técnico das mesmas, de bovinos, ovinos, equinos e suínos
- ♦ Diretor Técnico de ADSGs em Castilla La Mancha (Espanha): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- ♦ Diretor Técnico da Marca de Qualidade da Carne Sierra de San Vicente
- ♦ Diretor da Clínica Veterinária Talavera e da Clínica Veterinária Veco em Talavera de la Reina (Toledo)

- ♦ Diretor do Hospital Veterinário de Talavera
- ♦ Membro fundador da CEVE (Confederação Espanhola de Empresas Veterinárias), onde é atualmente vice-presidente
Membro da Comissão de Saúde e da Comissão Digital do CEVE
- ♦ Membro fundador da CEVE-CLM (Confederación Empresarial Veterinaria de Castilla La Mancha), da qual é atualmente presidente
- ♦ Membro de várias associações profissionais nacionais e internacionais tais como AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO
- ♦ Membro da Comissão Digital da CEOE (Confederação das Organizações Empresariais Espanholas)

Dr. Sebastià Rotger Campins

- ♦ Engenheiro Superior em Telecomunicações
- ♦ Licenciatura em Transportes Náuticos e Marítimos
- ♦ Capitão da Marinha Mercante
- ♦ Instrutor de Mergulho Profissional
- ♦ Secretário da Confederação Espanhola de Negócios Veterinários CEVE
- ♦ Chefe do Departamento do Trabalho, Organização e Formação do CEVE
- ♦ Secretário da Empresarís Veterinaris de les Illes Balears EMVETIB (Empreendedores Veterinários das Ilhas Baleares)
- ♦ Presidente da Comissão de Serviços da Confederação das Associações Empresariais das Baleares CAEB (Confederação das Associações Empresariais das Ilhas Baleares)
- ♦ Membro do Comité Executivo de CAEB

Dra. Delia Saleno

- ♦ Estudos de doutoramento (2000-2003) sem apresentação da tese
- ♦ Licenciatura em Medicina Veterinária pela Universidade de Ciencias Agrícolas y Medicina Veterinaria de Cluj-Napoca (Roménia)
- ♦ Certificado de Estudos Avançados em Clínica de Animais de Pequeno Porte (2000)
- ♦ Suficiência investigadora em Citogenética pela Universidade de Córdoba (2005) com um estudo sobre Infertilidade em Equinos
- ♦ Curso para empreendedores (500h), pela EOI em 2007 em Palma de Mallorca (Espanha)
- ♦ Curso de habilitação como avaliador em processos de acreditação de competências profissionais através da experiência de trabalho na família profissional Agraria
- ♦ Investigadora pré-doutorada no Departamento de Reprodução Animal da Faculdade de Medicina Veterinária de Cluj-Napoca (Roménia)
- ♦ Investigadora pré-doutorada no Departamento de Genética da Universidade de Córdoba
- ♦ Desenvolveu a sua atividade clínica em medicina canina e felina durante mais de 20 anos, inicialmente no Hospital Veterinário Universitário de Cluj-Napoca e mais tarde em várias clínicas e hospitais em Espanha
- ♦ Em 2008, iniciou a sua atividade empresarial com uma clínica veterinária em Palma de Maiorca: Clínica Veterinária Son Dureta
- ♦ É membro fundador da Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) e da Confederación Empresarial Veterinaria Española (CEVE). Exerce a presidência da EMVETIB desde novembro de 2012 e a presidência do CEVE desde março de 2017
- ♦ Desde setembro de 2018, é membro do Conselho de Administração da CEOE
- ♦ Representante do setor veterinário em diversos fóruns económicos nacionais e internacionais e em observatórios setoriais e grupos de trabalho do Ministério da Educação, do Ministério do Trabalho e do Ministério da Agricultura

Dr. José Vilches Sáez

- ♦ Gestor de projetos - CursoACV.com
- ♦ Gestor da Plataforma de Formação - Cursoveterinaria.es
- ♦ Gestor de projetos - Duna Formación
- ♦ Gestor comercial - Gesvilsa
- ♦ Gestor na Formación Profesional Duna, SL
- ♦ Gestor de Comunidade
- ♦ Gestão do secretariado - AGESVET
- ♦ Gestor comercial em Espanha - ProvetCloud
- ♦ Responsável Técnico Comercial - Guerrero Coves

Dr. Carlos Muñoz Sevilla

- ♦ Licenciado em Medicina Veterinária pela Universidade Complutense de Madrid. Turma de 1985-1990
- ♦ MBA pela Universidade Jaime I-(UJI), Curso 2017-18
- ♦ Professor de Anestesiologia e Gestão de Clínicas Veterinárias na Universidade Cardenal Herrera CEU, desde novembro de 2011 até ao presente
- ♦ Membro da AGESVET desde a sua fundação, até 2018
- ♦ Participante no desenvolvimento e formação do Módulo de Recursos Humanos AGESVET
- ♦ Presidente do Comité Nacional de Negociação do Acordo Coletivo de Centros e Serviços de Saúde Veterinária
- ♦ Gerente da clínica veterinária Veterinari Son Dureta SLP

**Dr. José Luis Villaluenga**

- ♦ Licenciado em Ciências Biológicas pela Universidade Complutense de Madrid (1979)
- ♦ Mestrado em Marketing Digital, EAE e Universidade de Barcelona (2016)
- ♦ Mestrado em Gestão de Recursos Humanos, EAE e Universidade de Barcelona (2018)
- ♦ Professor Associado desde 2012 na Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Alfonso X El Sabio, Madrid (Espanha) na Licenciatura de Medicina Veterinária, nas disciplinas de Genética Veterinária 1.º Curso e Etnologia 2.º (Módulo: Gestão e Marketing no contexto veterinário)
- ♦ Docente na área do "Atendimento ao Cliente", desde 2017, no FORVET, Centro de Formação Veterinária para Assistentes Técnicos Veterinários, em Madrid (Espanha)
- ♦ Professor de Mestrado em Medicina Desportiva Equina na Universidade de Córdoba (Espanha), a partir de 2019. Módulo: Marketing e gestão da empresa veterinária equina
- ♦ Professor de nível de Especialista em Fisioterapia e Reabilitação em Animais de Pequeno Porte: Cães e gatos, área: Gestão empresarial de um centro de reabilitação de animais de pequeno porte, desde 2017, na Universidade Complutense de Madrid (Espanha)
- ♦ 2016 - Presente: Cofundador da empresa Rentabilidad Veterinaria, SL. Esta empresa dedica-se à gestão empresarial de clínicas veterinárias para animais de companhia. Presta serviços de consultoria, formação, assessoria, avaliação de empresas, gestão de RH, gestão económica e financeira e constituição de novas empresas
- ♦ 2000 - Presente: Trabalho com um consultor especializado em gestão empresarial de clínicas veterinárias

09

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente dos esforços económicos, pessoais e laborais que os alunos que frequentam os seus cursos têm de fazer, razão pela qual estamos plenamente empenhados em garantir-lhes um futuro profissional muito mais risonho. Graças a este Curso de Especialização, o aluno terá uma visão comercial e publicitária muito mais ampla do mundo do marketing nas clínicas veterinárias.



“

Matricule-se agora neste Curso de Especialização e alcance os objetivos profissionais que sempre teve em mente”

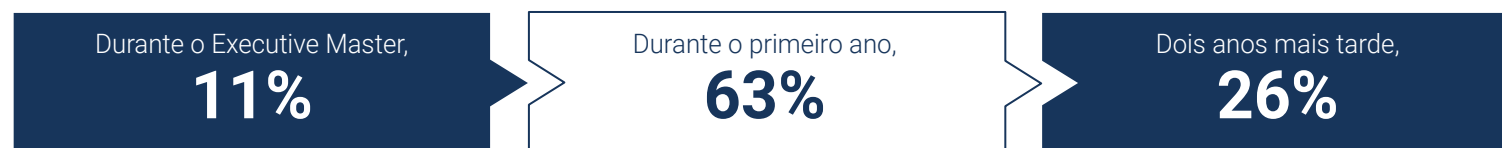
Inclua um Curso altamente especializado no seu currículo e prepare-se para novas áreas de trabalho e desenvolvimento profissional.

Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

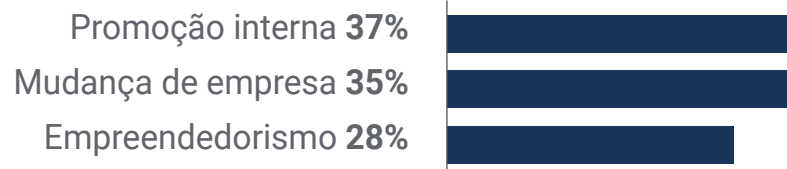
Este Curso de Especialização especializa os seus alunos para que deem o melhor de si próprios e forneçam uma visão inovadora do futuro no campo do marketing veterinário, alcançando novos patamares profissionais e atingindo metas de emprego que de outra forma seriam muito difíceis de alcançar.

Graças a este Curso de Especialização, receberá um grande número de ofertas de emprego com as quais poderá iniciar o seu crescimento profissional.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste Executive Master significa um aumento no salário de mais de 25,22% para os nossos alunos



10

Benefícios para a sua empresa

As empresas são também as principais beneficiárias deste Curso de Especialização, uma vez que os alunos poderão melhorar significativamente os resultados das campanhas publicitárias e das atividades de marketing das clínicas veterinárias. Graças a um conjunto distinto de competências e conhecimentos, as vantagens económicas não tardarão a surgir devido à expansão da clientela e a uma melhor aquisição de clientes.



“

Esta experiência educativa dar-lhe-á as ferramentas necessárias para se tornar numa referência no marketing veterinário"

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.



05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.

11

Certificação

O Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de recepção, o certificado* correspondente ao título de **Curso de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: Curso de Especialização em Marketing em Clínicas Veterinárias

Modalidade: **online**

Duração: **3 meses**

ECTS: **18**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



Curso de Especialização Marketing em Clínicas Veterinárias

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Marketing em Clínicas Veterinárias