

Curso

Marketing em Clínicas Veterinárias

PESTEL ANALYSIS

Transfer



E

- Environmental restrictions
- Climate change

tech universidade
tecnológica

- Regional laws

- Court

- Government stability



Curso Marketing em Clínicas Veterinárias

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 12 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-de-gestao/curso/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. 20

06

Metodologia

pág. 26

07

O perfil dos nossos alunos

pág. 34

08

Direção do curso

pág. 38

09

Impacto para a sua carreira

pág. 44

10

Benefícios para a sua empresa

pág. 48

11

Certificação

pág. 52

01

Boas-vindas

O desenvolvimento de um marketing de qualidade é a forma essencial de uma Clínica Veterinária chegar ao novo tipo de público atual e de ganhar e manter a sua quota de mercado. Neste curso, oferecemos-lhe uma compilação completa num curso intensivo que o capacitará para trabalhar neste setor com competências de alto nível.



Curso de Marketing em Clínicas Veterinárias
TECH Universidade Tecnológica

“

Atualize-se em Marketing em Clínicas Veterinárias com esta viagem completa pelos novos métodos de trabalho reunidos num único Curso intensivo de alto nível pedagógico”

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 acadêmicos. 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

Adquira todas as ferramentas pessoais para dominar os processos de marketing aplicados às clínicas veterinárias. Tudo isto através de uma capacitação de alta qualidade que lhe permitirá aprender de forma realista com um objetivo de aplicação imediata da aprendizagem.



“

Uma aprendizagem intensiva e eficaz que o impulsionará para um novo nível na sua profissão”

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

O Curso de 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 das emoções e queixas a fim de lidar com elas eficazmente

02

Desenvolver as competências comunicativas necessárias numa clínica veterinária



03

Demonstrar e desenvolver empatia numa consulta veterinária

05

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

06

Estabelecer e desenvolver carteiras de clientes com o uso de ferramentas práticas

08

Analisar e elaborar a visita perfeita do utilizador da clínica veterinária



09

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

07

Projetar e desenvolver modelos de Experiência do Cliente (CX) para alcançar a melhor Experiência do Utilizador (UX) possível

10

Refletir sobre a necessidade e a obrigação de reter bons clientes

11

Examinar a diferença na venda de serviços e produtos

14

Desenvolver uma metodologia prática para o atendimento telefónico ao cliente

12

Determinar o preço de um serviço veterinário



13

Propor uma metodologia para a fixação de preços de serviços veterinários

15

Ser sempre capaz de cobrar por tudo o que é feito e faturado

16

Identificar os meios de publicidade mais apropriados para cada ação

18

Determinar a base prática para aumentar as vendas através de vendas cruzadas



19

Mostrar diferentes ferramentas na fidelização de clientes

17

Estabelecer uma metodologia para o tratamento de queixas e reclamações

20

Convencer de que o marketing digital deve ter o mesmo peso que o marketing analógico

05

Estrutura e conteúdo

O Curso de Marketing em Clínicas Veterinárias levará o aluno a adquirir conhecimentos e competências e a aprender os mesmos de forma prática num ambiente de trabalho estimulante e eficaz.



“

Transforme os conhecimentos em competências reais e comece a intervir como um especialista em Marketing em Clínicas Veterinárias”

Plano de estudos

Este curso foi criado para permitir aos alunos adquirir os conhecimentos necessários neste campo de forma intensiva e eficiente. Uma oportunidade para melhorar as suas capacitações com a comodidade do método online mais eficaz no mercado de ensino. A TECH dá-lhe a oportunidade de incorporar conhecimentos desta área no seu currículo académico. Para além disso, com este Curso, terá acesso a uma forma de trabalho concebida para ser totalmente compatível com a sua vida profissional ou pessoal.

Se quiser superar-se a si próprio, alcançar uma mudança positiva a nível profissional, interagir com os melhores através de um interessante universo online e pertencer à nova geração de profissionais, capazes de desenvolverem o seu trabalho em qualquer parte do mundo, este pode ser o seu caminho.

Ao longo desta capacitação, o aluno analisará uma multiplicidade de casos práticos através de trabalhos individuais e de grupo. Trata-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais.

O seu conteúdo destina-se a encorajar o desenvolvimento de competências que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Este curso foi criado para permitir aos alunos adquirirem os conhecimentos necessários nesta matéria de forma intensiva e eficiente. Uma oportunidade para melhorar as suas capacitações com a comodidade do método online mais eficaz no mercado de ensino. A TECH dá-lhe a oportunidade de incorporar conhecimentos desta área no seu currículo académico. Para além disso, com este Curso, terá acesso a uma forma de trabalho concebida para ser totalmente compatível com a sua vida profissional ou pessoal.

Se quiser superar-se a si próprio, alcançar uma mudança positiva a nível profissional, interagir com os melhores através de um interessante universo online e pertencer à nova geração de profissionais, capazes de desenvolverem o seu trabalho em qualquer parte do mundo, este pode ser o seu caminho.

Este curso tem a duração de 12 semanas e é ministrado de forma completamente online.

Módulo 1

O cliente/utilizador das clínicas veterinárias

Módulo 2

Marketing aplicado às clínicas veterinárias



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Curso de Marketing em Clínicas Veterinárias completamente online. Durante os 12 semanas de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.

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 nos centros veterinários

1.4. A empatia como habilidade fundamental nas relações com clientes do século XXI em centros veterinários

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

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 centros veterinários

- 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

- 2.9.5.1. Facebook
- 2.9.5.2. Twitter
- 2.9.5.3. Instagram
- 2.9.5.4. Canal de YouTube
- 2.9.6. *E-mail* Marketing
- 2.9.7. Ferramentas de mensagens instantâneas

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

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.

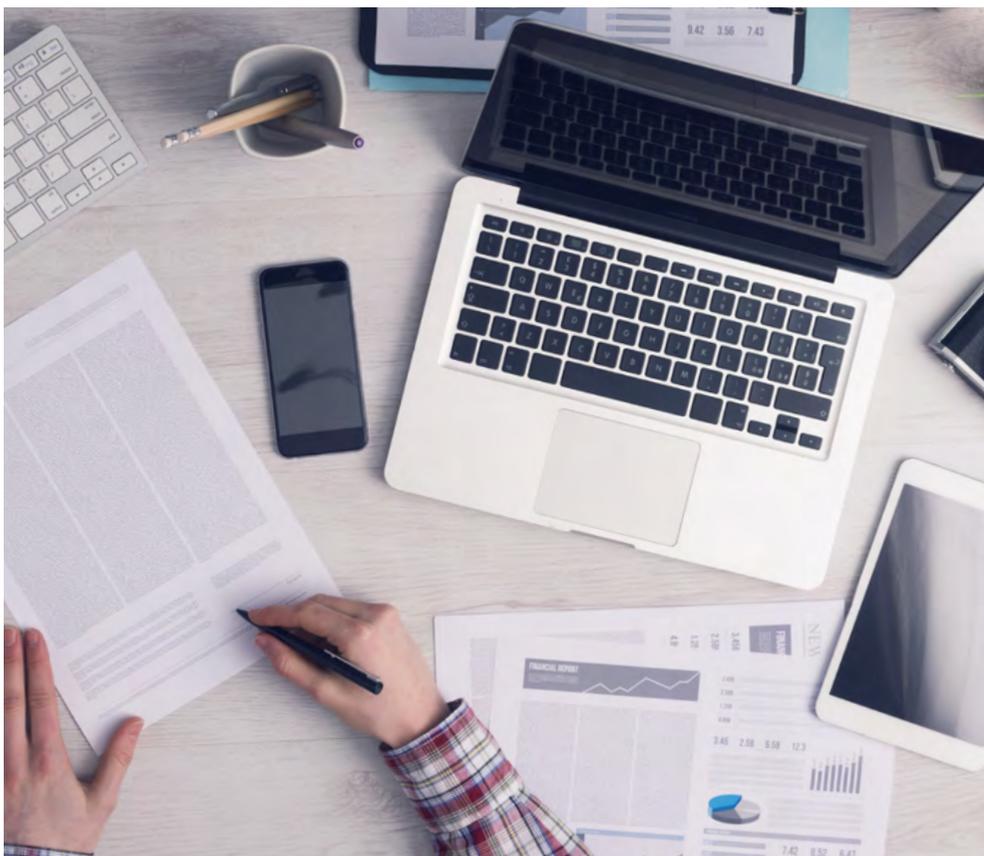
O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

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.



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.

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

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

O perfil dos nossos alunos

Um curso destinado a profissionais da direção e gestão de clínicas veterinárias ou a pessoas interessadas em trabalhar na gestão dos recursos humanos das mesmas.



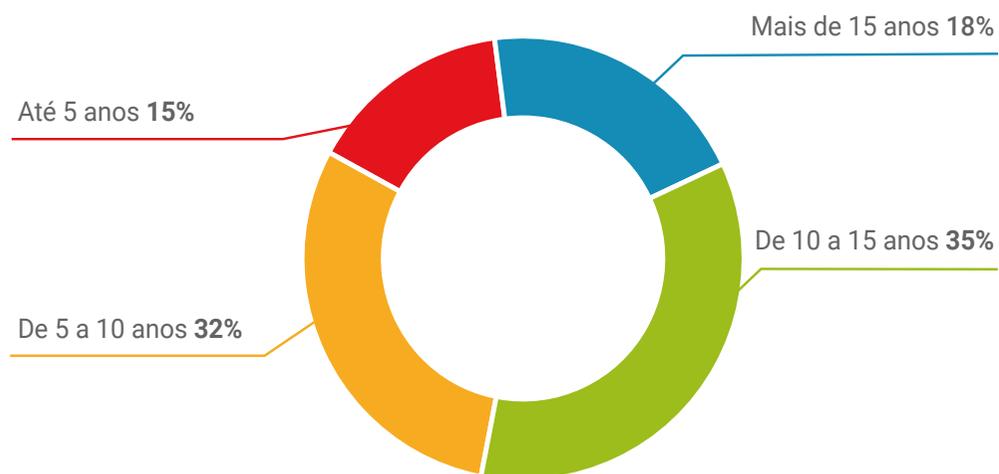
“

Adquira as competências profissionais de um especialista em Marketing em Clínicas Veterinárias com este curso concebido especificamente para si”

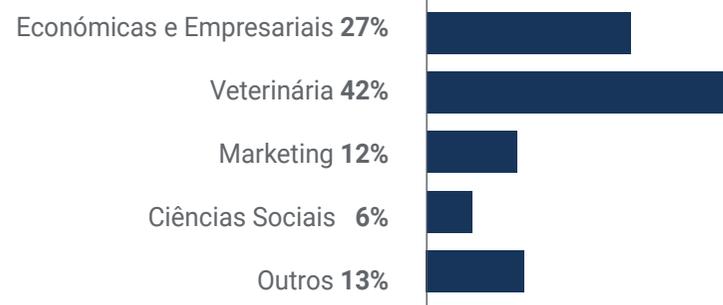
Idade média

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

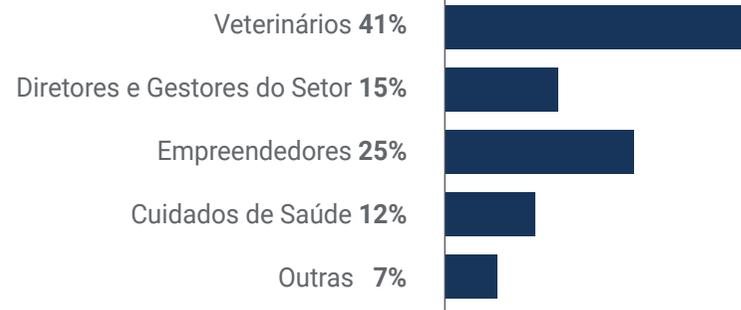
Anos de experiência



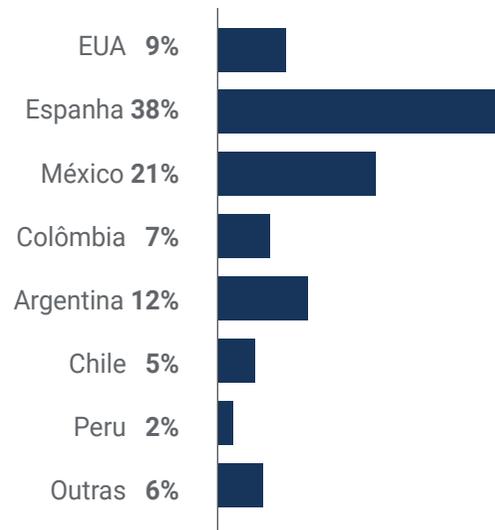
Área de estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Vicente García

Diretor-geral de uma Clínica Veterinária

"A verdade é que o Curso me permitiu atualizar-me de uma forma simples e rápida e aplicar estes novos conhecimentos no meu trabalho. Foi uma boa experiência. Obrigado"

08

Direção do curso

O corpo docente do curso inclui peritos de referência na gestão e direção de clínicas veterinárias, que trazem a experiência dos seus anos de trabalho para este curso. Para além disso, outros especialistas de renome em áreas relacionadas participam na sua conceção e preparação, completando o Curso de forma interdisciplinar, tornando-o numa experiência única e academicamente nutritiva.



“

*Contamos com o melhor corpo docente para
o atualizar nas práticas mais importantes para
a direção e gestão de clínicas veterinárias”*

Direção



Dr. Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ Diretor da consultoria VetsPower.com, uma empresa de consultoria empresarial dedicada exclusivamente a Clínicas Veterinárias para animais de companhia
- ♦ Licenciatura 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. Villaluenga, José Luis

- Licenciatura em Ciências Biológicas pela Universidad Complutense de Madrid (1979)
- Mestrado em Marketing Digital, EAE e Universidad de Barcelona (2016)
- Mestrado em Gestão de Recursos Humanos, EAE e Universidad 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 1º Curso e Etnologia 2º (Módulo: Gestão e Marketing no contexto veterinário)
- Professor 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 Universidad 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 Universidad 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

Dr. Martín González, Abel

- Licenciatura 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
- 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

Dra. Saleno, Delia

- ♦ Estudos de doutoramento (2000-2003) sem apresentação da tese
- ♦ Licenciatura em Medicina Veterinária pela Universidad 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 Universidad 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 Universidad 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 Veterinarias 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. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ 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 Empresaris Veterinarias 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
- ♦ Presidente do Comité Nacional de Negociação do Acordo Coletivo de Centros e Serviços de Saúde Veterinária
- ♦ Gerente da clínica veterinária Veterinari Son Dureta SLP

Sr. Vilches Sáez, José Vicente

- ♦ 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 Covas

09

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que frequentar um curso com estas características é um grande investimento económico, profissional e, claro, pessoal.

O objetivo final da realização deste grande esforço deve ser o de alcançar o crescimento profissional. E fazê-lo com uma eficácia comprovada.



“

Gerar uma mudança positiva na sua carreira profissional, esse é o nosso desafio. Estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a alcançar este objetivo”

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

Com este curso poderá avançar drasticamente na sua profissão, embora não haja dúvida de que, para o fazer, terá de fazer um investimento económico, profissional e pessoal.

Contudo, o objetivo é melhorar na sua vida profissional e, para o fazer, é necessário lutar.

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

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

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento no salário anual de mais de **25,22%** para nossos alunos.



10

Benefícios para a sua empresa

O Curso de Marketing em Clínicas Veterinárias contribui para elevar o talento da organização ao seu máximo potencial através da capacitação de líderes de alto nível.

Concluir este Curso é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Nesta era digital, o gestor levará para a empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que podem trazer mudanças relevantes na organização”

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 Marketing em Clínicas Veterinárias garante, além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso 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 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 receção, o certificado* correspondente ao título de **Curso** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Certificação: **Curso de Marketing em Clínicas Veterinárias**

Modalidade: **online**

Duração: **12 semanas**

ECTS: **12**



*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

Marketing em Clínicas Veterinárias

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **12 semanas**
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Acreditação: **12 ECTS**
- » Horário: **ao seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

Curso

Marketing em
Clínicas Veterinárias

