

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de
Clínicas Odontológicas





tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Clínicas Odontológicas

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/odontologia/mestrado-proprio/mestrado-proprio-gestao-direcao-clinicas-odontologicas

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 12

04

Direção do curso

pág. 16

05

Estrutura e conteúdo

pág. 40

06

Metodologia

pág. 52

07

Certificado

pág. 60

01

Apresentação

O número crescente de dentistas levou ao surgimento de numerosas clínicas odontológicas, tornando este setor um dos mercados mais competitivos existentes atualmente. Por este motivo, é essencial que o odontologista também adote o papel de gerente e diretor de sua clínica odontológica, aprendendo os conhecimentos de gestão empresarial e de gestão de equipe que garantirão a continuidade de seu próprio negócio.





Amplie seus conhecimentos em Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas através deste programa, no qual você encontrará o melhor material didático e casos práticos reais. Conheça aqui os últimos avanços da área para poder gerenciar centros de odontologia de qualidade"

A Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas tem despertado um interesse crescente nos últimos anos, especialmente entre aqueles profissionais que perceberam a importância de saber administrar corretamente todos os recursos disponíveis em sua clínica, a fim de transformá-la em um negócio com futuro, com uma continuidade que só pode ser assegurada através da aplicação das alavancas apropriadas de gestão de negócios.

Neste novo ambiente, o foco na prática odontológica como estrutura organizacional é particularmente forte, e todas as áreas de gestão e liderança devem ser abordadas e dominadas: recursos humanos, marketing, qualidade, gestão de tempo, planejamento e estratégia, contabilidade e custos, etc.

Com a abordagem aplicada e estruturada dada aos conteúdos desenvolvidos, o objetivo é que o aluno adquira a capacidade de enfrentar seu desafio de trabalho a partir de uma perspectiva diferencial de gestão e direção, dando-lhe uma clara vantagem para o sucesso na estrutura altamente competitiva do setor odontológico.

O programa foi desenvolvido para proporcionar uma capacitação online equivalente a 1.500 horas de estudo, e todo o conhecimento teórico e prático é apresentado através de aplicações diretamente relacionadas com os desafios enfrentados pelo gerente de uma clínica odontológica no dia a dia.

Este **Mestrado Próprio em Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas** conta o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ Desenvolvimento de estudos de casos de gestão e direção apresentados por especialistas em gestão de clínicas odontológicas
- ◆ Seu conteúdo gráfico, esquemático e extremamente prático fornece informações rigorosa e focada sobre aquelas áreas indispensáveis para a prática profissional do executivo
- ◆ Contém exercícios práticos onde o processo de auto-avaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- ◆ Sistema interativo de aprendizagem
- ◆ Tudo isto complementado por palestras teóricas, perguntas à especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Acesso à todo o conteúdo desde qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Cada empresa precisa decidir onde e com quem trabalha, que recursos tem e o que pretende ganhar com isso"

“

Este Mestrado Próprio é o melhor investimento que você pode fazer na seleção de um programa de capacitação por duas razões: além de atualizar seus conhecimentos em Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas, você obterá um certificado da TECH Universidade Tecnológica”

O corpo docente inclui profissionais pertencentes à área de Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas, que trazem a esta capacitação a experiência de seu trabalho, assim como especialistas reconhecidos pertencentes a empresas líderes, tanto no setor como em áreas afins.

O seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva, programada para capacitar através de situações reais.

Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o gestor deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do programa. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, realizado por especialistas reconhecidos na área de gestão e direção de uma clínica odontológica e e com ampla experiência de ensino

Conheça as últimas tendências na gestão de clínicas odontológicas.

Desenvolva suas habilidades de gestão através deste programa e melhore suas competências profissionais.



02

Objetivos

O MBA em Gestão de Clínicas Odontológicas tem como objetivo promover o crescimento pessoal e profissional do graduado.





“

O principal objetivo deste programa é promover seu crescimento pessoal e profissional, contribuindo para o seu sucesso como gestor de clínicas odontológicas”



Objetivos gerais

- ♦ Utilizar ferramentas teóricas, metodológicas e analíticas para gerenciar e dirigir de forma otimizada seus próprios negócios clínico-odontológicos, se diferenciando efetivamente em um ambiente altamente competitivo
- ♦ Incorporar habilidades de estratégia e de visão para facilitar a identificação de novas oportunidades de negócios
- ♦ Favorecer a aquisição de habilidades pessoais e profissionais que incentivarão os alunos a empreender seus próprios projetos empresariais com maior confiança e determinação, tanto no caso de iniciar seu próprio negócio clínico-odontológico, como no caso de inovar no modelo de gestão e direção do negócio clínico-odontológico que eles já possuem
- ♦ Profissionalizar o setor clínico-odontológico por meio de capacitação continuada e específica no campo da gestão e direção empresarial



Atualize seus conhecimentos através do programa em Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas"



Objetivos específicos

Módulo 1. Pilares da gestão de clínicas odontológicas

- ♦ Descrever a situação atual e as tendências futuras dos modelos de gestão e direção dos negócios de clínicas odontológicas para poder definir objetivos e estratégias diferenciadoras e de sucesso
- ♦ Familiarizar-se com a terminologia e conceitos específicos da área de gestão e direção empresarial para sua efetiva aplicação em negócios clínico-odontológicos
- ♦ Descobrir e analisar os principais pontos de sucesso dos modelos de negócios das clínicas odontológicas que são referência no setor, a fim de aumentar a motivação, inspiração e mentalidade estratégica dos futuros diretores

Módulo 2. Desenvolvimento de sua clínica odontológica

- ♦ Aprender a identificar e descrever efetivamente a proposta de valor do negócio de prática odontológica como uma base sólida para estabelecer uma estratégia posterior de marketing e vendas
- ♦ Aprender o método de validação para a criação e inovação de modelos empresariais mais comumente utilizados em todos os setores empresariais, com aplicação prática e específica no setor clínico-odontológico

Módulo 3. Introdução ao Marketing

- ♦ Descrever a linguagem, conceitos, ferramentas e lógica do marketing como uma atividade empresarial chave para o crescimento e posicionamento do negócio clínico-odontológico

Módulo 4. O marketing 2.0

- ♦ Aprofundar nas ferramentas de comunicação digital que são essenciais para dominar esta era 2.0, a fim de transmitir a proposta de valor da clínica odontológica aos pacientes alvo através dos canais mais apropriados
- ♦ Desenvolver campanhas de marketing e comunicação direcionadas a objetivos específicos, sendo capaz de medir seu impacto através de métricas fáceis de interpretar

Módulo 5. O valor do capital humano

- ♦ Adquirir habilidades diretivas baseadas em liderança que facilitem a comunicação efetiva com a equipe, favorecendo a criação de um ambiente de trabalho saudável focado em objetivos comuns e na obtenção de resultados
- ♦ Aprender os conceitos fundamentais da gestão de Recursos Humanos para liderar processos de recrutamento e proteger o talento da equipe que compõe a prática odontológica
- ♦ Aprender como atribuir tarefas de acordo com a definição de funções, promovendo assim um ambiente de trabalho saudável, equilibrado e produtivo

Módulo 6. Gestão de equipes

- ♦ Desenvolver um método eficaz de gestão de equipes, tomada de decisões e resolução de conflitos baseado no modelo de inteligência emocional e técnicas de coaching organizacional
- ♦ Refletir sobre as características do líder em organizações e melhorar as competências gerenciais para uma liderança bem-sucedida aplicando as mais recentes técnicas de coaching e inteligência emocional

Módulo 7. Qualidade e gestão de tempo na clínica odontológica

- ♦ Elaborar procedimentos de trabalho com foco em um modelo de produtividade e qualidade para a clínica odontológica, baseado na filosofia de melhoria contínua
- ♦ Utilizar ferramentas digitais que facilitem o planejamento e a gestão eficiente das tarefas de prática odontológica, resultando em uma significativa economia de custos a curto prazo

Módulo 8. Gestão de compras e de armazém

- ♦ Aplicar ferramentas e procedimentos de trabalho essenciais para otimizar a gestão de compras e estoques a fim de evitar um fluxo improdutivo de despesas
- ♦ Desenvolver habilidades de negociação para lidar com a gestão de fornecedores, clientes e do trabalho em equipe com foco em resultados win win

Módulo 9. Custos e finanças aplicados às clínicas odontológicas

- ♦ Dominar as principais ferramentas financeiras para facilitar as principais decisões com base em dados objetivos
- ♦ Adquirir conhecimentos importantes sobre análise de custos para entender como é o estado atual de sua empresa em termos de rentabilidade e ser capaz de definir cenários futuros

Módulo 10. Ética odontológica

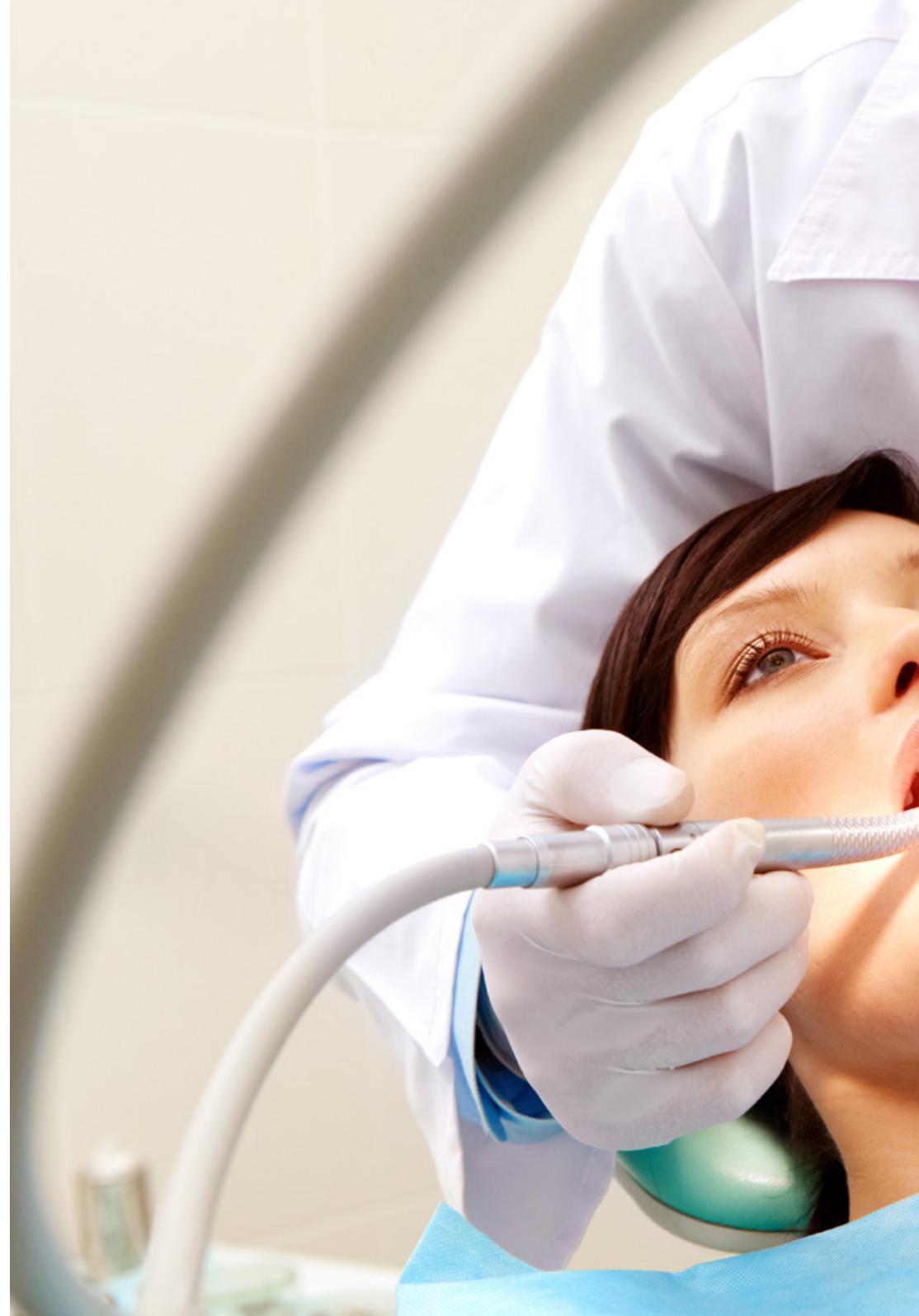
- ♦ Explicar os principais deveres e obrigações morais ligados ao desenvolvimento do profissional odontológico no ambiente empresarial, com o foco principal no tratamento do paciente

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- ♦ Analisar o impacto da globalização na governança e no governo corporativo
- ♦ Avaliar a importância da liderança eficaz na direção e sucesso das empresas
- ♦ Definir as estratégias de gestão intercultural e sua relevância em ambientes empresariais diversos
- ♦ Desenvolver habilidades de liderança e entender os desafios atuais que os líderes enfrentam
- ♦ Determinar os princípios e práticas da ética empresarial e sua aplicação na tomada de decisões corporativas
- ♦ Estruturar estratégias para a implementação e melhoria da sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- ♦ Determinar a relação entre a direção estratégica e a gestão de recursos humanos
- ♦ Explorar as competências necessárias para a gestão eficaz de recursos humanos por competências
- ♦ Explorar as metodologias para a avaliação de desempenho e a gestão do desempenho
- ♦ Integrar as inovações na gestão de talentos e seu impacto na retenção e fidelização de pessoal
- ♦ Desenvolver estratégias para a motivação e o desenvolvimento de equipes de alto desempenho
- ♦ Propor soluções eficazes para a gestão da mudança e a resolução de conflitos nas organizações





Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- ♦ Analisar o ambiente macroeconômico e sua influência no sistema financeiro nacional e internacional
- ♦ Definir os sistemas de informação e Business Intelligence para a tomada de decisões financeiras
- ♦ Diferenciar decisões financeiras chave e a gestão de riscos na direção financeira
- ♦ Avaliar estratégias para o planejamento financeiro e a obtenção de financiamento empresarial

Módulo 14. Gestão Executiva

- ♦ Definir o conceito de General Management e sua relevância na direção de empresas
- ♦ Avaliar as funções e responsabilidades do executivo na cultura organizacional
- ♦ Analisar a importância da gestão de operações e da gestão da qualidade na cadeia de valor
- ♦ Desenvolver a comunicação interpessoal e as habilidades de falar em público para a formação de porta-vozes

03

Competências

Uma vez aprovadas as avaliações do MBA em Gestão de Clínicas Odontológicas, o futuro gestor terá adquirido as habilidades profissionais necessárias para oferecer um serviço de qualidade a seus clientes e administrar uma empresa de sucesso.



“

Acompanhamos você no processo de criação e desenvolvimento de seu negócio para que se torne um projeto sólido com expectativas de crescimento"



Competências gerais

- ♦ Dominar e interpretar o conhecimento que oferece ao aluno a oportunidade de ser original no desenvolvimento do modelo de negócios
- ♦ Aplicar técnicas, estratégias e habilidades de solução de problemas em ambientes novos ou desconhecidos em contextos multidisciplinares relacionados ao setor clínico-odontológico
- ♦ Realizar análises e sínteses, e assim melhorar suas habilidades de tomada de decisões dentro do campo da gestão empresarial
- ♦ Comunicar suas conclusões de uma maneira clara e sem ambiguidades





Competências específicas

- ♦ Priorizar o papel de cada um dos membros da equipe dentro da clínica odontológica
- ♦ Administrar adequadamente as estratégias existentes para incorporar, recompensar e atrair o talento do capital humano
- ♦ Aplicar efetivamente as modalidades de recrutamento para administrar a folha de pagamento e assim conseguir uma capacitação correta da remuneração dos membros da equipe da clínica odontológica
- ♦ Definir protocolos de ação que permitam a execução correta das tarefas na clínica odontológica, incorporando ferramentas de monitoramento para o controle e avaliação da aplicação desses protocolos
- ♦ Realizar pesquisas de satisfação para desenvolver e implementar melhorias que sejam adaptadas às necessidades dos pacientes na prática odontológica
- ♦ Identificar os tipos de custos de uma clínica odontológica a fim de calcular o custo/hora da clínica e estabelecer o pricing adequado
- ♦ Calcular os principais índices de viabilidade de um projeto para a criação de uma clínica odontológica
- ♦ Detectar e antecipar novas tendências de gestão no setor clínico-dentário
- ♦ Saber como desenvolver a melhor estratégia empresarial de acordo com os objetivos a serem alcançados
- ♦ Saber como administrar e liderar uma equipe no setor clínico-dentário
- ♦ Organizar e implementar a função de compra em uma clínica
- ♦ Definir e avaliar os processos de seleção, aquisição e fornecimento de fornecedores, ajudando a garantir o fluxo de materiais necessários para o bom funcionamento da clínica
- ♦ Controlar os estoques de uma forma eficiente, melhorando assim a gestão do capital fixo
- ♦ Negociar de forma inteligente e simples para obter as condições mais favoráveis para o correto desenvolvimento da prática odontológica
- ♦ Desenvolver a profissão odontológica sobre fundamentos éticos e morais



À medida que o mundo dos negócios muda, também muda a necessidade de certas habilidades de gestão. É por isso que todo gerente, ou aspirante, deve estar em uma constante atualização e melhoria de suas habilidades de gestão"

04

Direção do curso

O corpo docente do programa inclui especialistas líderes na Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas e outras áreas relacionadas, que trazem a experiência de seu trabalho a esta capacitação. Além disso, outros especialistas de reconhecido prestígio participam de sua concepção e elaboração, completando o programa de forma interdisciplinar.





“

Aprenda com profissionais de referência sobre os últimos avanços em procedimentos na área de Gestão e Direção de Clínicas Odontológicas”

Diretora Internacional Convidada

Chyree Heirs-Alexandre é Especialista em **Gestão da Saúde Pública** e possui uma longa experiência na gestão de operações de consultórios médicos. Como Diretora do **Centro Médico Familiar de Worcester** nos Estados Unidos, tem trabalhado para melhorar a saúde e o bem-estar dos habitantes desta cidade. Em particular, oferece sua ajuda a populações de culturas diversas, proporcionando acesso a **serviços sociais** e à **atenção primária**. Seu objetivo é garantir cuidados acessíveis, de qualidade e completos, independentemente da capacidade de pagamento dos pacientes.

Seu contínuo compromisso com a **Saúde Pública** a levou a defender que os serviços de saúde e as políticas estejam orientadas a garantir o bem-estar e a qualidade de vida. Nessa linha, ocupou o cargo de **Diretora Assistente na Gestão de Consultório no Centro de Saúde de Brockton Neighborhood**. Nesse cargo, aprimorou suas habilidades na coordenação das atividades realizadas em centros médicos.

Como especialista nesse setor, Heirs-Alexandre tem o objetivo de proporcionar uma administração sanitária eficiente, baseada nas mais recentes ferramentas e estratégias organizacionais. Nesse sentido, trabalhou em uma ampla variedade de áreas para **promover a saúde e prevenir doenças nas comunidades**. Em consonância com isso, em 2020, participou das atividades de vacinação durante a pandemia de COVID-19, garantindo o acesso de todas as pessoas à imunização contra essa doença.

Algumas de suas principais funções foram colaborar em programas de **prevenção de doenças** e promoção de hábitos saudáveis, entre outros. Além disso, Chyree Heirs-Alexandre atua como Diretora Associada e **Responsável de Operações** na Escola de Odontologia de Harvard. Nesse cargo, é responsável pela gestão das atividades diárias e do pessoal de apoio do centro.



Sra. Chyree Heirs-Alexandre

- ♦ Diretora Responsável de Operações na Escola de Odontologia de Harvard, Boston, Estados Unidos
- ♦ Fundadora da empresa Orchids in Bloom Credentialing
- ♦ Diretora de Operações Clínicas no Family Health Center de Worcester
- ♦ Diretora Assistente de Gestão de Consultório no Brockton Neighborhood Health Center
- ♦ Coordenadora de Credenciais no Stamford Health
- ♦ Especialista em Credenciais na NextGen Healthcare
- ♦ Coordenadora de Operações Sanitárias no Centro de Restauração de Veias-Indústria Médica Corporativa
- ♦ Assistente Clínica no Hospital Stamford
- ♦ Mestrado em Saúde Pública pela Universidade Southern New Hampshire
- ♦ Graduada em Administração Sanitária pelo Charter Oak State College

“

Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista **Fortune 50**, como **NBC Universal** e **Comcast**. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos** na **Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas e de alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de **Miami**, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova York, Estados Unidos
- Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas na BNC
- Executiva de Contas na Vault
- Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional”

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Rick Gauthier

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária”

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes e no mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e liderou **equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT e o Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD



Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. Atualmente, ele ocupa o cargo de Gerente Global de Compras na divisão de Infraestrutura Técnica e Centros de Dados da Google, onde construiu a maior parte de sua carreira profissional. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como a integridade de dados mestres, as atualizações de dados de fornecedores e priorização desses dados. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a avaliação de risco do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo marketing, análise de mídia, mensuração e atribuição. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o Prêmio de Liderança BIM, o Prêmio de Liderança em Pesquisa, o Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação e o Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como Gerente de Vendas em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como Analista Sênior da Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos fatores macroeconômicos e políticos/regulatórios que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Também liderou equipes em empresas como Eaton, Airbus e Siemens, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da construção de relações valiosas com os clientes e trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha

“

Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de prestígio internacional na área"

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um **impacto significativo** no setor da Moda. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a **Produtos, Merchandising e Comunicação**, sempre associado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados desse executivo de **alto perfil internacional** estão ligados à sua comprovada capacidade de **sintetizar informações** em estruturas claras e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos **empresariais específicos**. Além disso, é reconhecido por sua **proatividade** e **adaptação a ritmos acelerados** de trabalho. Este especialista também possui uma **forte consciência comercial, visão de mercado** e uma **verdadeira paixão pelos produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** na **Giorgio Armani**, supervisionou diversas **estratégias de Marketing** para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no **varejo** e nas **necessidades e comportamentos dos consumidores**. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como **chefe de equipe** nos departamentos de **Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como **Calvin Klein** e **Gruppo Coin**, empreendeu projetos para impulsionar a **estrutura, o desenvolvimento** e a **comercialização de diferentes coleções**. Também criou **calendários eficazes** para **campanhas** de compra e venda, para campanhas gerenciando **termos, custos, processos** e **prazos de entrega** de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados **líderes corporativos** no setor da **Moda e Luxo**, com uma alta capacidade de implementação eficaz do **posicionamento positivo** de diferentes **marcas** e redefinição de indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. Andrea La Sala

- ♦ Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- ♦ Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- ♦ Responsável de Marca no Gruppo Coin
- ♦ Brand Manager na Dolce&Gabbana
- ♦ Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Analista de Mercado na Fastweb
- ♦ Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale



Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão esperando por você na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?"

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações e gerar ações concretas** a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



Sr. Mick Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague



Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional"

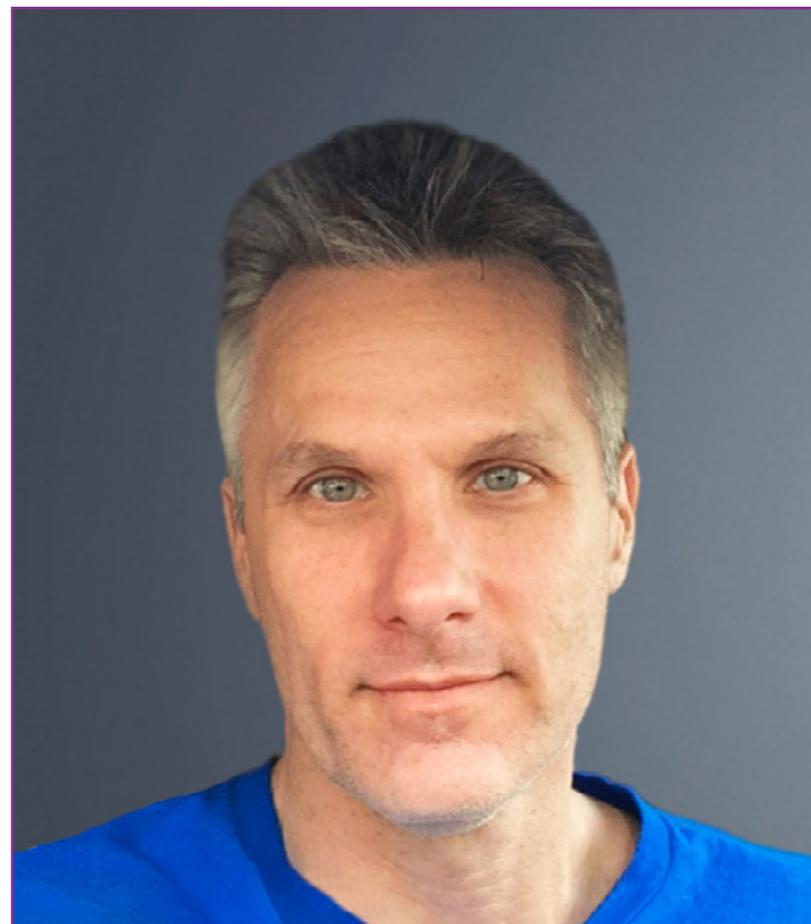
Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção** em **meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria** nas **taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão** e **trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação** e **narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos **negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem”

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua liderança estratégica e habilidade para impulsionar mudanças e inovação em organizações esportivas de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, sediada na Florida, Estados Unidos. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico e Diretor Geral de Assuntos Comerciais, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o desenvolvimento estratégico até o Marketing de entretenimento.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas principais franquias esportivas de Chicago. Como Vice-Presidente Executivo das franquias dos Chicago Bulls e dos Chicago White Sox ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o sucesso empresarial e estratégico no mundo do esporte profissional.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no campo esportivo enquanto trabalhava em Nova York como principal analista estratégico para Roger Goodell na National Football League (NFL) e, anteriormente, como estagiário jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos.



Sr. Eric Nyquist

- ♦ Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- ♦ Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- ♦ Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- ♦ Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- ♦ Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- ♦ Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- ♦ Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- ♦ Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- ♦ Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- ♦ Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- ♦ Formado em Economia Internacional pelo Carleton College

“

Com este curso universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio dos principais especialistas internacionais na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!”

Direção



Sr. Andrés Gil

- ♦ Diretor-gerente, Clínica Pilar Roig Odontologia
- ♦ Cofundador e CEO da MedicalDays
- ♦ Mestrado em Gestão e Direção (Michigan State University)
- ♦ Diploma em Direção Odontológica e Gestão Clínica (*Dental Doctors Institute*)
- ♦ Diploma em Contabilidade de Custos (Câmara de Comércio de Valência)
- ♦ Curso de Contabilidade, Centro de Estudos Financeiros
- ♦ Curso de Liderança e Direção de Equipes, César Piqueras
- ♦ Engenheiro Agrônomo, Universidade Politécnica de Valência



Sr. Jaime Guillot

- ♦ Formado em Administração e Direção de Empresas, Universidade Politécnica de Valência
- ♦ Especialização Industrial
- ♦ Cofundador e Diretor de Estratégia da Hikaru VR Agency
- ♦ Cofundador e Diretor Geral da Drone Spain
- ♦ Fundador da *Internet & Mobile Business School*
- ♦ Fundador e Diretor Geral de Fight Technologies
- ♦ Grande experiência na criação de negócios
- ♦ Professor do Mestrado em Inovação e Criação de Empresas de Bankinter
- ♦ Coach executivo certificado pela Escola Europeia de Líderes (EEL)
- ♦ Capacitador em programas de liderança e gestão emocional em empresas



Professores

Dr. Dolz, Juan Manuel

- ◆ Curso em Ciências Empresariais, Universidade de Valência
- ◆ Formado em Administração e Direção de Empresas, Universidade de Valência
- ◆ Formação profissional em Marketing Digital (Internet Startup Camp - UPV)
- ◆ Consultor de digitalização empresarial
- ◆ Grande experiência na criação de negócios
- ◆ Cofundador e CTO MedicalDays
- ◆ Cofundador e COO MedicalDays
- ◆ Cofundador e COO Hikaru VR Agency

Sra. Fortea Paricio, Anna

- ◆ Formada em Direito pela Universidade de Valência
- ◆ Neurocoach Profissional
- ◆ Fundadora de European Leadership Center em Miami, Estados Unidos
- ◆ Fundadora do Centro de Alto Desempenho Humano Anna Fortea em Valência, Espanha
- ◆ Cofundadora de Esexox
- ◆ Presidente em INA (International Neurocoaching Association)
- ◆ Psicologia na UOC e Neurociências na UPenn, Universidade da Pensilvânia, Estados Unidos
- ◆ Técnico CAC Certificado pelo Centro de Alto Desempenho Humano IESEC

05

Estrutura e conteúdo

A estrutura do conteúdo foi desenvolvida por uma equipe de profissionais dos melhores centros odontológicos, centros de negócios, empresas e universidades, conscientes da relevância da capacitação atual para poder administrar empresas de sucesso, e comprometidos com o ensino de qualidade através de novas tecnologias educacionais.



“

*Este MBA em Gestão de Clínicas
Odontológicas conta com o conteúdo científico
mais completo e atualizado do mercado”*

Módulo 1. Pilares da gestão de clínicas odontológicas

- 1.1. Introdução à gestão de clínicas odontológicas
 - 1.1.1. Conceito de gestão
 - 1.1.2. Finalidade da gestão
- 1.2. A visão empresarial da clínica odontológica
 - 1.2.1. Definição de uma empresa: abordagem da clínica odontológica como uma empresa de serviços
 - 1.2.2. Elementos da empresa aplicados às clínicas odontológicas
- 1.3. A figura do diretivo
 - 1.3.1. Descrição do cargo diretivo nas clínicas odontológicas
 - 1.3.2. As funções do diretor
- 1.4. Formas de organização empresarial
 - 1.4.1. O proprietário
 - 1.4.2. A pessoa jurídica como proprietária de uma clínica odontológica
- 1.5. Conhecimento do setor clínico-odontológico
- 1.6. Terminologia e principais conceitos em gestão e direção de empresas
- 1.7. Modelos atuais de clínicas odontológicas de sucesso

Módulo 2. Desenvolvimento de sua clínica odontológica

- 2.1. Introdução e objetivos
- 2.2. Situação atual do setor clínico odontológico
 - 2.2.1. Nível internacional
- 2.3. Evolução do setor clínico-dentário e tendências
 - 2.3.1. Nível internacional
- 2.4. Análise da concorrência
 - 2.4.1. Análise de preços
 - 2.4.2. Análise de diferenciação
- 2.5. Análise DAFO
- 2.6. Como desenvolver o modelo de Canvas de sua clínica odontológica?
 - 2.6.1. Segmentação de clientes
 - 2.6.2. Necessidades
 - 2.6.3. Soluções
 - 2.6.4. Canais

- 2.6.5. Proposta de valor
- 2.6.6. Estrutura do faturamento
- 2.6.7. Estrutura de custos
- 2.6.8. Vantagens competitivas
- 2.6.9. Principais métricas
- 2.7. Método de validação de seu modelo de negócios: ciclo *Lean Startup*
 - 2.7.1. Caso 1: validação de seu modelo na fase de criação
 - 2.7.2. Caso 2: aplicação do método para inovar seu modelo atual
- 2.8. A importância de validar e melhorar o modelo de negócios de sua clínica odontológica
- 2.9. Como definir a proposta de valor de nossa clínica odontológica?
- 2.10. Missão, visão e valores
 - 2.10.1. Missão
 - 2.10.2. Visão
 - 2.10.3. Valores
- 2.11. Definição do paciente alvo
- 2.12. Localização ideal da minha clínica
 - 2.12.1. Layout da planta
- 2.13. Dimensionamento ideal da planilha
- 2.14. Importância de um modelo de recrutamento de acordo com a estratégia definida
- 2.15. Chaves para definir a política de preços
- 2.16. Financiamento externo x Financiamento interno
- 2.17. Análise estratégica de um caso de sucesso de uma clínica odontológica

Módulo 3. Introdução ao Marketing

- 3.1. Principais fundamentos do *marketing*
 - 3.1.1. Variáveis básicas do *marketing*
 - 3.1.2. Evolução do conceito de *marketing*
 - 3.1.3. *Marketing* como um sistema de intercâmbio
- 3.2. Novas tendências de *marketing*
 - 3.2.1. Evolução e futuro do *marketing*
- 3.3. Inteligência emocional aplicada ao *marketing*
 - 3.3.1. O que é inteligência emocional?
 - 3.3.2. Como aplicar inteligência emocional em sua estratégia de *marketing*?



- 3.4. *Marketing* social e responsabilidade social corporativa
- 3.5. *Marketing* interno
 - 3.5.1. *Marketing* tradicional (*marketing mix*)
 - 3.5.2. *Marketing* de recomendação
 - 3.5.3. *Marketing* de conteúdo
- 3.6. *Marketing* externo
 - 3.6.1. *Marketing* operacional
 - 3.6.2. *Marketing* estratégico
 - 3.6.3. *Inbound marketing*
 - 3.6.4. *E-mail marketing*
 - 3.6.5. *Marketing de influencers*
- 3.7. *Marketing* interno e *Marketing* externo
- 3.8. Técnicas de fidelização do paciente
 - 3.8.1. A importância da fidelização do paciente
 - 3.8.2. Ferramentas digitais aplicadas à fidelização de pacientes

Módulo 4. O marketing 2.0

- 4.1. A importância do *branding* para a diferenciação
 - 4.1.1. Identidade visual
 - 4.1.2. As etapas do *branding*
 - 4.1.3. Branding como estratégia de diferenciação
 - 4.1.4. Arquétipos de Junk para dar personalidade a sua marca
- 4.2. Site e blog corporativo da clínica odontológica
 - 4.2.1. Chaves para um site efetivo e funcional
 - 4.2.2. Escolha do tom de voz dos canais de comunicação
 - 4.2.3. Vantagens de ter um blog corporativo
- 4.3. Uso efetivo das redes sociais
 - 4.3.1. A importância da estratégia em redes sociais
 - 4.3.2. Ferramentas de automação para redes sociais
- 4.4. Uso de mensagem instantânea
 - 4.4.1. Importância da comunicação direta com seus pacientes
 - 4.4.2. Canal para promoções personalizadas ou mensagens em massa
- 4.5. Importância da narrativa transmídia na comunicação 2.0
- 4.6. Como criar bancos de dados através da comunicação?

- 4.7. Google Analytics para medir o impacto de sua comunicação 2.0
- 4.8. Análise da situação
 - 4.8.1. Análise da situação externa
 - 4.8.2. Análise da situação Interna
- 4.9. Estabelecimento de objetivos
 - 4.9.1. Principais pontos no estabelecimento de objetivos
- 4.10. Escolha de estratégias
 - 4.10.1. Tipos de estratégias
- 4.11. Plano de ação
- 4.12. Orçamentos
 - 4.12.1. Atribuição de orçamento
 - 4.12.2. Previsão de resultados
- 4.13. Métodos de controle e acompanhamento

Módulo 5. O valor do capital humano

- 5.1. Introdução à Gestão de Recursos Humanos
- 5.2. Cultura da empresa e clima de trabalho
- 5.3. A equipe
 - 5.3.1. A equipe odontológica
 - 5.3.2. A equipe auxiliar
 - 5.3.3. Administração e direção
- 5.4. Organograma em nossa clínica odontológica
 - 5.4.1. Organograma da clínica: hierarquia
 - 5.4.2. Descrição dos departamentos do organograma
 - 5.4.3. Descrições de cargos para cada departamento
 - 5.4.4. Atribuição de tarefas para cada cargo
 - 5.4.5. Coordenação dos departamentos
- 5.5. Introdução à gestão laboral e de recursos humanos
- 5.6. Estratégias para a incorporação de capital humano
 - 5.6.1. Estratégia de recrutamento
 - 5.6.2. Estratégia de contratação
- 5.7. Políticas de remuneração
 - 5.7.1. Remuneração fixa
 - 5.7.2. Remuneração variável

- 5.8. Estratégias de retenção do talento
 - 5.8.1. O que é retenção de talentos?
 - 5.8.2. Vantagens de reter talentos em uma clínica odontológica
 - 5.8.3. Formas de reter talentos
- 5.9. Estratégia de gestão de ausências
 - 5.9.1. A importância do planejamento da gestão de ausências
 - 5.9.2. Maneiras de gerenciar ausências em uma clínica odontológica
- 5.10. A relação laboral
 - 5.10.1. O contrato de trabalho
 - 5.10.2. Tempo de trabalho

Módulo 6. Gestão de equipes

- 6.1. O que é liderança pessoal?
- 6.2. A importância de aplicar a regra de 33%
- 6.3. Vantagens da implementação de uma cultura de liderança na clínica odontológica
- 6.4. Que tipo de liderança é melhor para administrar sua clínica odontológica?
 - 6.4.1. Liderança autocrática
 - 6.4.2. Liderança por objetivos
 - 6.4.3. Liderança baseada em valores
- 6.5. Habilidades de liderança pessoais
 - 6.5.1. Pensamento estratégico
 - 6.5.2. A importância da visão de um líder
 - 6.5.3. Como desenvolver uma atitude autocrítica saudável?
- 6.6. Habilidades de liderança interpessoais
 - 6.6.1. Comunicação assertiva
 - 6.6.2. A capacidade de delegar
 - 6.6.3. Dar e receber *feedback*
- 6.7. Inteligência emocional aplicada à resolução de conflitos
 - 6.7.1. Identificar as emoções básicas da atuação
 - 6.7.2. A importância da escuta ativa
 - 6.7.3. A empatia como uma habilidade pessoal chave
 - 6.7.4. Como identificar o sequestro emocional?
 - 6.7.5. Como atingir acordos de "win-win"?

- 6.8. Os benefícios da técnica da constelação organizacional
- 6.9. Técnicas motivacionais para reter talentos
 - 6.9.1. Reconhecimento
 - 6.9.2. Atribuição de responsabilidades
 - 6.9.3. Promoção da saúde laboral
 - 6.9.4. Oferecer incentivos
- 6.10. A importância da avaliação de desempenho

Módulo 7. Qualidade e gestão de tempo na clínica odontológica

- 7.1. Qualidade aplicada aos tratamentos oferecidos
 - 7.1.1. Definição de qualidade em odontologia
 - 7.1.2. Padronização de processos na clínica odontológica
- 7.2. Princípios de gestão da qualidade
 - 7.2.1. O que é um sistema de gestão de qualidade?
 - 7.2.2. Benefícios para a organização
- 7.3. Qualidade no desempenho das tarefas
 - 7.3.1. Protocolos: definição
 - 7.3.2. Protocolos: objetivos de sua implementação
 - 7.3.3. Protocolos: benefícios de sua implementação
 - 7.3.4. Exemplo prático: protocolo de visitas
- 7.4. Ferramentas para monitoramento e revisão de protocolos
- 7.5. Melhoria contínua nas clínicas odontológicas
 - 7.5.1. O que é a melhoria contínua?
 - 7.5.2. Fase 1: consultoria
 - 7.5.3. Fase 2: aprendizagem
 - 7.5.4. Fase 3: acompanhamento
- 7.6. Qualidade na satisfação do paciente
 - 7.6.1. Pesquisas de satisfação
 - 7.6.2. Implementação da pesquisa de satisfação
 - 7.6.3. Relatórios de melhoria
- 7.7. Casos práticos de qualidade na clínica odontológica
 - 7.7.1. Estudo de caso 1: protocolo de gestão de urgências
 - 7.7.2. Caso de estudo 2: elaboração de uma pesquisa de satisfação

- 7.8. Gestão de segurança e saúde ocupacional em uma clínica odontológica
 - 7.8.1. Importância de definir as tarefas principais na clínica odontológica
 - 7.8.2. Técnica de produtividade "uma tarefa, um responsável"
 - 7.8.3. Gestores de tarefas digitais
- 7.9. Padronização dos tempos nos tratamentos odontológicos
 - 7.9.1. A importância da coleta de dados de tempo
 - 7.9.2. Como documentar a padronização do tempo?
- 7.10. Metodologia de pesquisa para a otimização dos processos de qualidade
- 7.11. Descrição do modelo de gestão de qualidade para serviços odontológicos
- 7.12. A auditoria sanitária: fases

Módulo 8. Gestão de compras e de armazém

- 8.1. A importância de um correto planejamento de compras
- 8.2. Responsabilidades da função de compras em uma clínica odontológica
- 8.3. A gestão eficiente de nosso armazém
 - 8.3.1. Custos de armazenagem
 - 8.3.2. Inventário de segurança
 - 8.3.3. Registro de entrada e saída de material
- 8.4. Etapas do processo de compras
 - 8.4.1. Busca de informações e planejamento de alternativas
 - 8.4.2. Avaliação e tomada de decisões
 - 8.4.3. Acompanhamento e monitoramento
- 8.5. Formas de executar as contas e a gestão de contas
 - 8.5.1. Ajustando o tipo de pedido às nossas necessidades
 - 8.5.2. Gestão de riscos
- 8.6. Relação com o fornecedor
 - 8.6.1. Tipos de relações
 - 8.6.2. Política de pagamento
- 8.7. Negociação em compras
 - 8.7.1. Conhecimentos e habilidades necessárias
 - 8.7.2. Etapas do processo de negociação
 - 8.7.3. Dicas para negociar com sucesso

- 8.8. A qualidade nas compras
 - 8.8.1. Benefícios para o conjunto da clínica
 - 8.8.2. Parâmetros de medição
- 8.9. Indicadores de eficiência
- 8.10. Novas tendências na gestão de compras

Módulo 9. Custos e finanças aplicados às clínicas odontológicas

- 9.1. Princípios básicos de economia
- 9.2. O balanço
 - 9.2.1. Composição do balanço
 - 9.2.2. Ativo
 - 9.2.3. Passiva
 - 9.2.4. Patrimônio líquido
 - 9.2.5. Interpretação do balanço
- 9.3. A demonstração de resultados
 - 9.3.1. Composição da demonstração de resultados
 - 9.3.2. Interpretação da demonstração de resultados
- 9.4. Introdução à contabilidade de custos
- 9.5. Benefícios de sua implementação
- 9.6. Custos fixos na clínica odontológica
 - 9.6.1. Definição de custos fixos
 - 9.6.2. Custos fixos de uma clínica odontológica tipo
 - 9.6.3. Custo/hora do profissional
- 9.7. Custos variáveis na clínica odontológica
 - 9.7.1. Definição de custos variáveis
 - 9.7.2. Custos variáveis de uma clínica odontológica tipo
- 9.8. Custo/hora de uma clínica odontológica
- 9.9. Depth sounding/sondagem de tratamentos
- 9.10. Benefício do tratamento
- 9.11. Estratégia de *Pricing*
- 9.12. Introdução
- 9.13. Notas fiscais e outros documentos de pagamento
 - 9.13.1. A nota fiscal: significado e conteúdo mínimo
 - 9.13.2. Outros documentos de pagamento



- 9.14. Gestão de cobrança e pagamento
 - 9.14.1. Organização administrativa
 - 9.14.2. Gestão de cobrança e pagamento
 - 9.14.3. O orçamento de tesouraria
 - 9.14.4. Análise abc de pacientes
 - 9.14.5. Default/dívidas não pagas
- 9.15. Modalidades de financiamento externo
 - 9.15.1. Financiamento bancário
 - 9.15.2. *Leasing* (arrendamento mercantil)
 - 9.15.3. Diferenças entre *Leasing* e *Renting*
 - 9.15.4. Desconto de efeitos comerciais
- 9.16. Análise da liquidez de sua clínica
- 9.17. Análise de rentabilidade de sua clínica
- 9.18. Análise de endividamento

Módulo 10. Ética odontológica

- 10.1. Conceitos básicos
 - 10.1.1. Definição e objetivos
 - 10.1.2. Área de aplicação
 - 10.1.3. Ato clínico
 - 10.1.4. O dentista
- 10.2. Princípios gerais
 - 10.2.1. Princípio de igualdade dos pacientes
 - 10.2.2. Priorizando os interesses do paciente
 - 10.2.3. Deveres vocacionais do dentista

- 10.3. Atenção do paciente
 - 10.3.1. Lidando com o paciente
 - 10.3.2. O paciente menor de idade
 - 10.3.3. Liberdade de escolha do profissional
 - 10.3.4. Liberdade de aceitação e recusa dos pacientes
- 10.4. Histórico médico
- 10.5. Sigilo profissional
 - 10.5.1. Conceito e conteúdo
 - 10.5.2. Extensão da obrigação
 - 10.5.3. Exceções ao sigilo profissional
 - 10.5.4. Arquivos informáticos
- 10.6. Propaganda
 - 10.6.1. Requisitos básicos para publicidade profissional
 - 10.6.2. Menção de títulos
 - 10.6.3. Publicidade profissional
 - 10.6.4. Ações com possível efeito publicitário

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- 11.1. Globalização e Governança
 - 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
 - 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 11.2. Liderança
 - 11.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
 - 11.2.2. Liderança nas Empresas
 - 11.2.3. A importância do líder na direção de empresas
- 11.3. *Cross Cultural Management*
 - 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
 - 11.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 11.3.3. Gestão de Diversidade

- 11.4. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 11.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 11.4.2. Conceito de liderança
 - 11.4.3. Teorias de liderança
 - 11.4.4. Estilos de liderança
 - 11.4.5. Inteligência na liderança
 - 11.4.6. Os desafios da liderança atualmente
- 11.5. Ética empresarial
 - 11.5.1. Ética e moral
 - 11.5.2. Ética empresarial
 - 11.5.3. Liderança e ética nas empresas
- 11.6. Sustentabilidade
 - 11.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 11.6.2. Agenda 2030
 - 11.6.3. Empresas Sustentáveis
- 11.7. Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
 - 11.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
 - 11.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 11.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 11.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
 - 11.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 11.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
- 11.9. Multinacionais e direitos humanos
 - 11.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 11.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
 - 11.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos
- 11.10. Entorno legal e *Corporate Governance*
 - 11.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 11.10.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 11.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- 12.1. Gestão estratégica de pessoas
 - 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas
- 12.2. Gestão de recursos humanos por competências
 - 12.2.1. Análise do potencial
 - 12.2.2. Política de remuneração
 - 12.2.3. Planos de carreira/sucessão
- 12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 12.3.1. Gestão de desempenho
 - 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 12.4. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 12.4.1. Modelos de gestão de talento estratégico
 - 12.4.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
 - 12.4.3. Lealdade e retenção
 - 12.4.4. Proatividade e inovação
- 12.5. Motivação
 - 12.5.1. A natureza da motivação
 - 12.5.2. Teoria das expectativas
 - 12.5.3. Teorias de necessidades
 - 12.5.4. Motivação e compensação financeira
- 12.6. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 12.6.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
 - 12.6.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho
- 12.7. Gestão de mudanças
 - 12.7.1. Gestão de mudanças
 - 12.7.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
 - 12.7.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças
- 12.8. Negociação e gestão de conflitos
 - 12.8.1. Negociação
 - 12.8.2. Gestão Conflitos
 - 12.8.3. Gestão de Crise

- 12.9. Comunicação gerencial
 - 12.9.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
 - 12.9.2. Departamento de Comunicação
 - 12.9.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)
- 12.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 12.10.1. Produtividade
 - 12.10.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

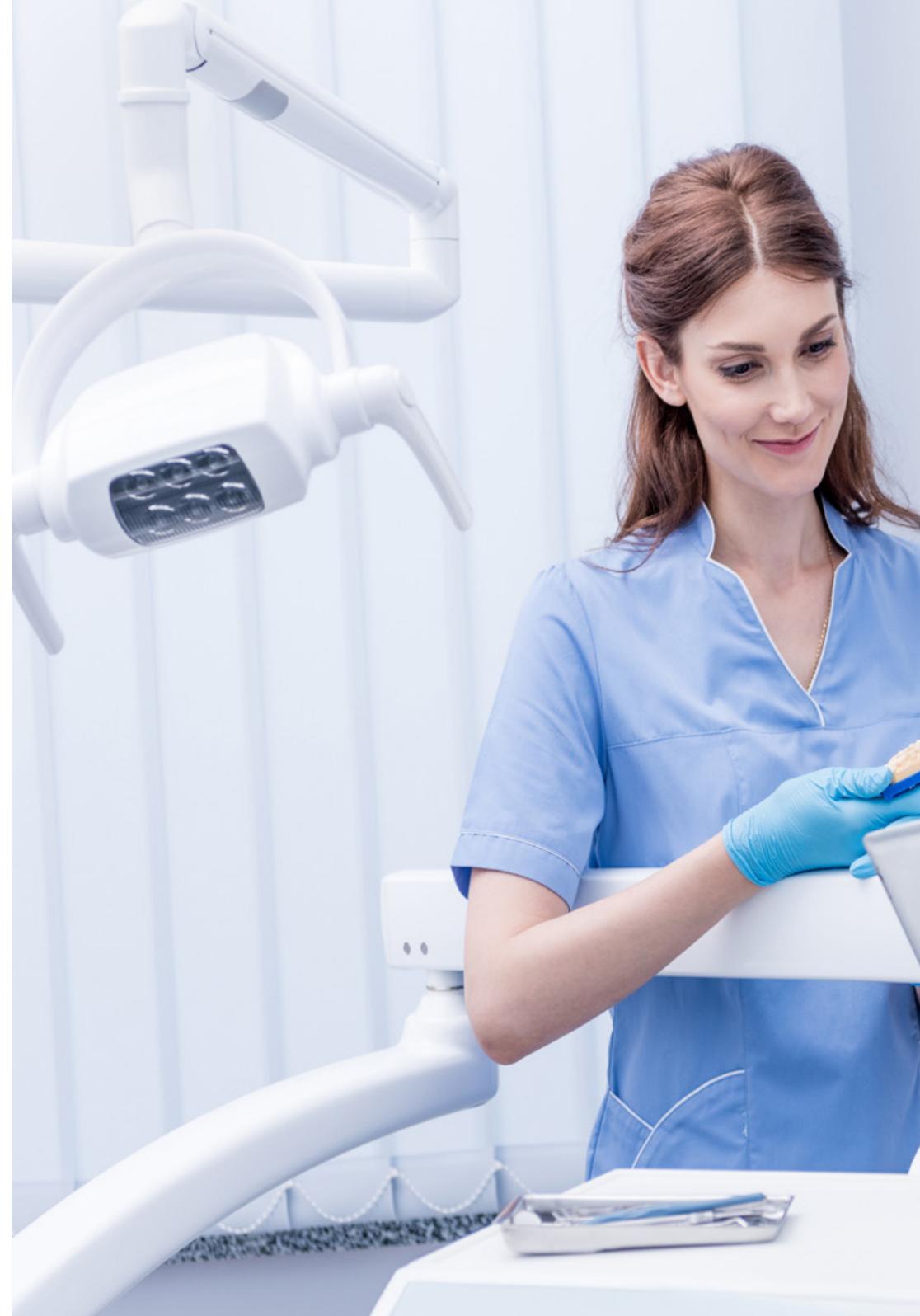
- 13.1. Ambiente Econômico
 - 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
 - 13.1.2. Instituições financeiras
 - 13.1.3. Mercados financeiros
 - 13.1.4. Ativos financeiros
 - 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 13.2. Contabilidade Gerencial
 - 13.2.1. Conceitos básicos
 - 13.2.2. O Ativo da empresa
 - 13.2.3. O Passivo da empresa
 - 13.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
 - 13.2.5. A Demonstração de Resultados
- 13.3. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos e classificação
 - 13.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 13.3.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 13.4. Orçamento e Controle de Gestão
 - 13.4.1. O modelo orçamentário
 - 13.4.2. O orçamento de capital
 - 13.4.3. O orçamento operacional
 - 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
 - 13.4.6. Controle orçamentário

- 13.5. Gestão Financeira
 - 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
 - 13.5.2. O departamento financeiro
 - 13.5.3. Excedentes de tesouraria
 - 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 13.5.5. Gestão de riscos na direção financeira
- 13.6. Planejamento Financeiro
 - 13.6.1. Definição do planejamento financeiro
 - 13.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
 - 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
 - 13.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
 - 13.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante
- 13.7. Estratégia Financeira Corporativa
 - 13.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
 - 13.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial
- 13.8. Financiamento Estratégico
 - 13.8.1. Autofinanciamento
 - 13.8.2. Aumento de fundos próprios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiamento por meio de intermediários
- 13.9. Análise e planejamento financeiro
 - 13.9.1. Análise de Balanço de Situação
 - 13.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
 - 13.9.3. Análise de Rentabilidade
- 13.10. Análise e resolução de casos/problemas
 - 13.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão Executiva

- 14.1. Management
 - 14.1.1. Conceito de Geral Management
 - 14.1.2. A ação do gerente geral
 - 14.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 14.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 14.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 14.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens

- 14.3. Gestão operacional
 - 14.3.1. Importância da gestão
 - 14.3.2. A cadeia de valor
 - 14.3.3. Gestão de Qualidade
- 14.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 14.4.1. Comunicação interpessoal
 - 14.4.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 14.4.3. Obstáculos à comunicação
- 14.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais
 - 14.5.1. A comunicação interpessoal
 - 14.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
 - 14.5.3. A comunicação na organização
 - 14.5.4. Ferramentas na organização
- 14.6. Comunicação em situações de crise
 - 14.6.1. Crise
 - 14.6.2. Fases da crise
 - 14.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 14.7. Preparando um plano de crise
 - 14.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 14.7.2. Planejamento
 - 14.7.3. Adequação de pessoal
- 14.8. *Branding* pessoal
 - 14.8.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 14.8.2. Leis de branding pessoal
 - 14.8.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 14.10. Liderança e gestão de equipes





“

Uma experiência única, essencial e decisiva para impulsionar o seu crescimento profissional”

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.





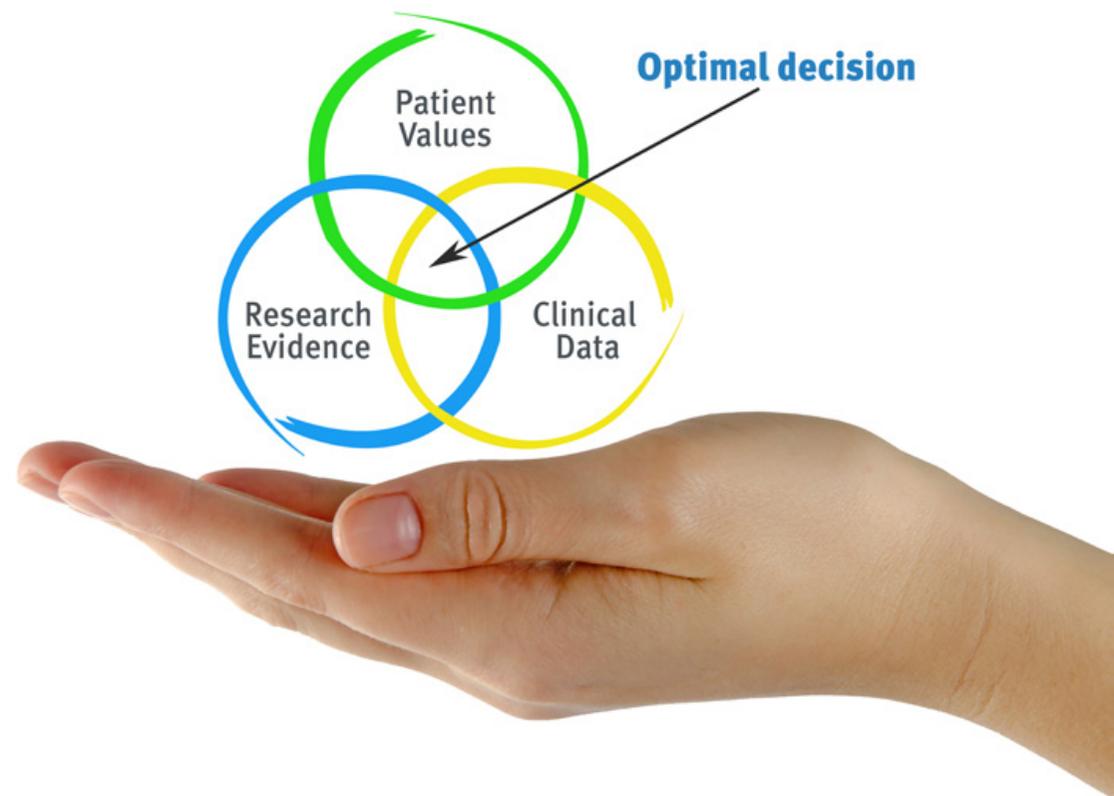
“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Na TECH usamos o Método do Caso

Em uma determinada situação clínica, o que um profissional deveria fazer? Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com inúmeros casos clínicos simulados, baseados em pacientes reais, onde deverão investigar, estabelecer hipóteses e finalmente resolver as situações. Há inúmeras evidências científicas sobre a eficácia deste método. Os especialistas aprendem melhor, mais rápido e de forma mais sustentável ao longo do tempo.

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo.



Segundo o Dr. Gérvas, o caso clínico é a apresentação comentada de um paciente, ou grupo de pacientes, que se torna um "caso", um exemplo ou modelo que ilustra algum componente clínico peculiar, seja pelo seu poder de ensino ou pela sua singularidade ou raridade. É essencial que o caso seja fundamentado na vida profissional atual, tentando recriar as condições reais da prática profissional do odontologistas.

“

Você sabia que este método foi desenvolvido em 1912, em Harvard, para alunos de Direito? O método do caso consistia em apresentar situações complexas reais para que estes tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 se estabeleceu como um método de ensino padrão em Harvard”

A eficácia do método é justificada por quatro realizações fundamentais:

1. Os odontologistas que seguem este método não só conseguem a assimilação de conceitos, mas também desenvolvem sua capacidade mental através de exercícios que avaliam situações reais e aplicam seus conhecimentos.
2. O aprendizado se consolida em habilidades práticas, permitindo ao aluno uma melhor integração no mundo real.
3. A assimilação de idéias e conceitos se tornam mais fáceis e eficientes, graças ao uso de situações que surgiram a partir da realidade.
4. A sensação de efetividade do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pelo aprendizado e um aumento do tempo dedicado ao ao curso.

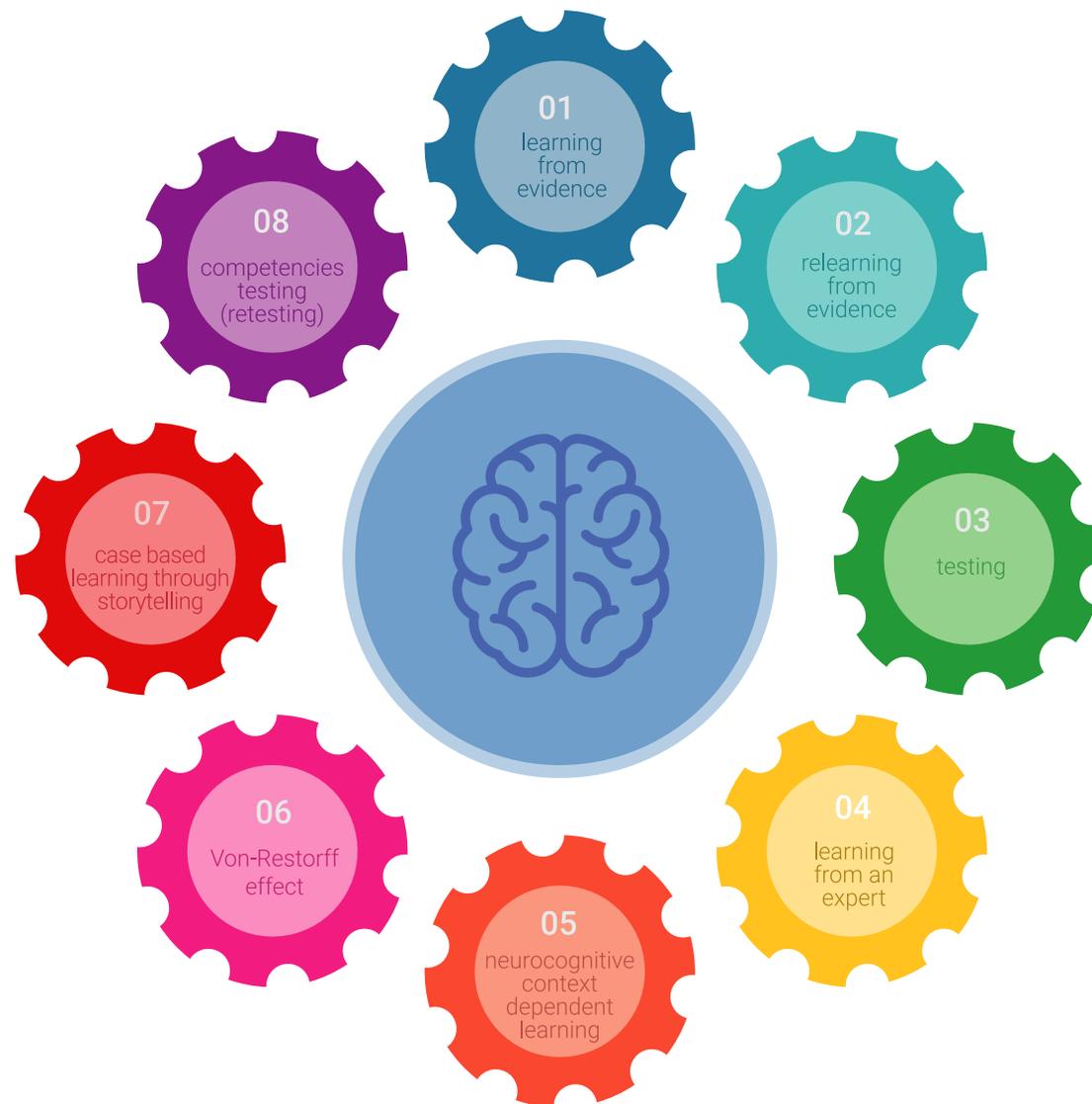


Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

O odontologista aprenderá através de casos reais e da resolução de situações complexas em ambientes simulados de aprendizagem. Estas simulações são realizadas utilizando um software de última geração para facilitar a aprendizagem imersiva.



Na vanguarda da pedagogia mundial, o método Relearning conseguiu melhorar os níveis de satisfação geral dos profissionais que concluíram seus estudos, com relação aos indicadores de qualidade da melhor universidade online do mundo (Universidade de Columbia).

Através desta metodologia, mais de 115.000 odontologistas se capacitaram, com um sucesso sem precedentes, em todas as especialidades clínicas independente da carga cirúrgica. Nossa metodologia de ensino é desenvolvida em um ambiente altamente exigente, com um corpo universitário de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica.

A nota geral do sistema de aprendizagem da TECH é de 8,01, de acordo com os mais altos padrões internacionais.



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi desenvolvido especificamente para o programa pelos especialistas que irão ministra-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Técnicas e procedimentos em vídeo

A TECH aproxima o aluno dos últimos avanços educacionais e da vanguarda das técnicas odontológicas atuais. Tudo isso, rigorosamente explicado e detalhado, contribuindo para a assimilação e compreensão do aluno. E o melhor de tudo, você poderá assistir quantas vezes quiser.



Resumos interativos

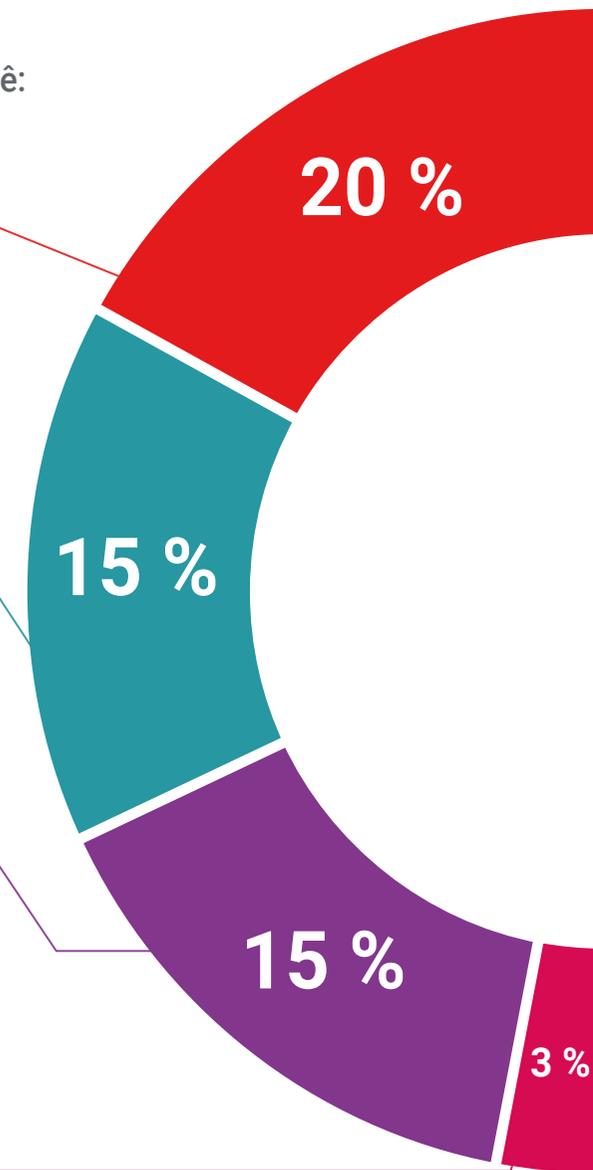
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais, a fim de reforçar o conhecimento.

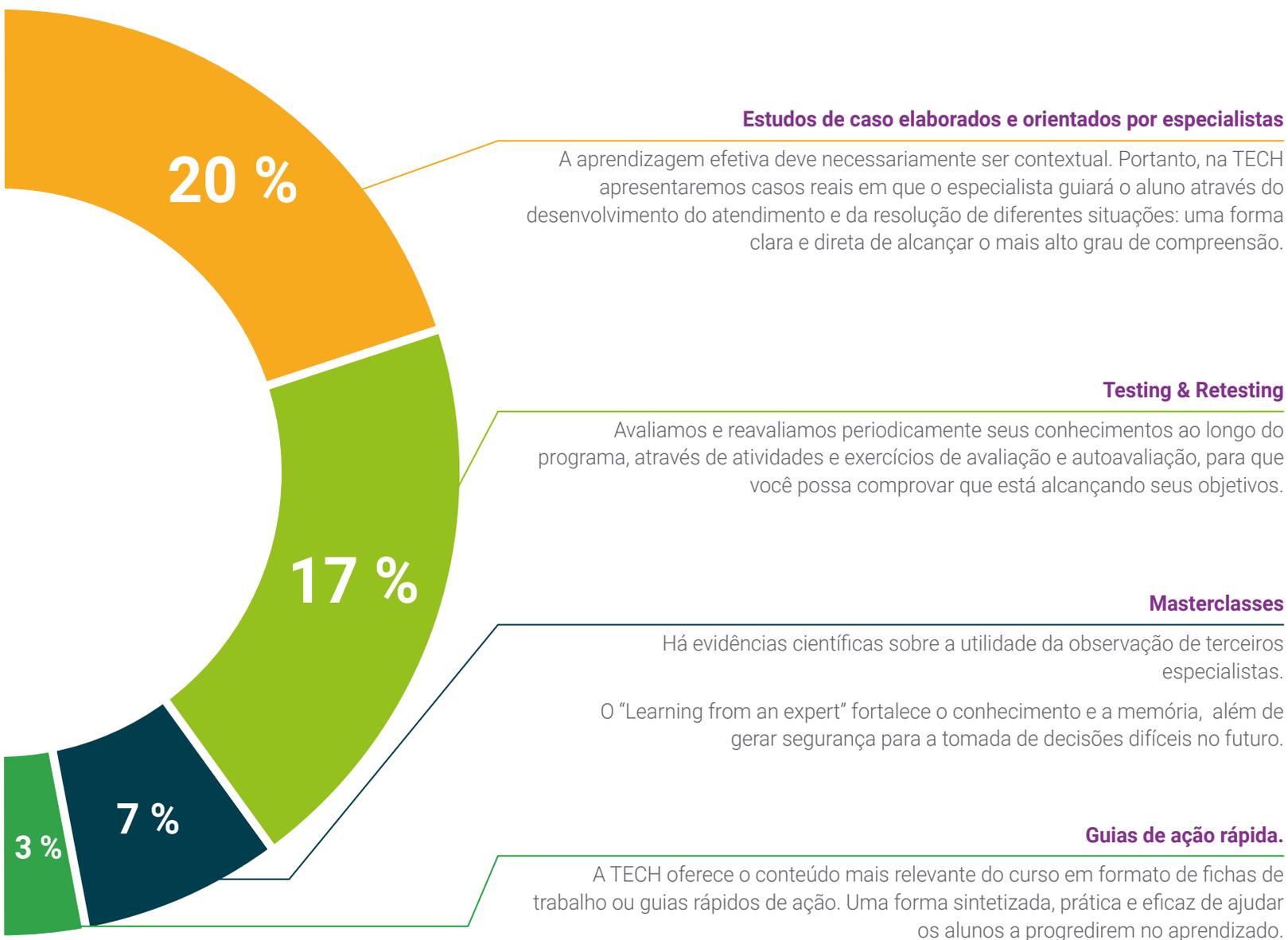
Este sistema único de capacitação através da apresentação de conteúdo multimídia, foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



Leitura complementar

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





07

Certificado

O MBA em Gestão de Clínicas Odontológicas garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos
com sucesso e receba seu certificado
sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **MBA em Gestão de Clínicas Odontológicas** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** 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 empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Clínicas Odontológicas**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compreensão
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sustentabilidade

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio
MBA em Gestão de
Clínicas Odontológicas

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Clínicas Odontológicas

