

Профессиональная магистерская специализация МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами





Профессиональная магистерская специализация МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/school-of-business/advanced-master-degree/advanced-master-degree-mba-veterinary-center-management-administration

Оглавление

01

Добро пожаловать

стр. 4

02

Почему стоит учиться в
TECH

стр. 6

03

Почему именно наша
программа?

стр. 10

04

Цели

стр. 14

05

Компетенции

стр. 22

06

Структура и содержание

стр. 28

07

Методология

стр. 46

08

Профиль наших учащихся

стр. 54

09

Руководство курса

стр. 58

10

Влияние на карьеру

стр. 62

11

Преимущества для
вашей компании

стр. 66

12

Квалификация

стр. 70

01

Добро пожаловать

Правильное управление бизнесом – это первый шаг к успеху в ветеринарной практике. Поэтому необходимо опираться на профессионалов с высоким уровнем знаний в этой области, которые способны развить необходимые навыки для управления ветеринарным центром, исходя из глобального видения бизнеса. Данная программа TECH предлагает наиболее полную и актуальную информацию по управлению ветеринарными центрами от ведущих экспертов в этой области. Основная цель программы – повысить уровень подготовки студентов и сделать их полностью эффективными в их повседневной практике.



Профессиональная магистерская специализация МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами.
TECH Технологический университет



““

Бизнес-менеджмент, применяемый в ветеринарных центрах, очень полезен для повышения конкурентоспособности бизнеса и его успеха в отрасли”

02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН - это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с моделью самых высоких академических стандартов. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

*TESH - это технологический
передовой университет, который
предоставляет все свои ресурсы
в распоряжение студентов, чтобы
помочь им достичь успеха в бизнесе"*

В TECH Технологическом университете



Инновации

Мы предлагаем вам модель онлайн-обучения, сочетающую в себе новейшие образовательные технологии и максимальную педагогическую строгость. Уникальный метод с высочайшим международным признанием, который даст вам возможность развиваться в мире постоянных перемен, где инновации играют ключевую роль в деятельности каждого предпринимателя. «История успеха Microsoft Europe» за включение в программы инновационной интерактивной мультимедиа-системы.



Высокие требования

Критерий приема в TECH не представляет больших затрат. Чтобы учиться у нас, вам не нужно делать большие инвестиции. Однако для того, чтобы получить диплом в TECH, необходимо проверить уровень знаний и возможностей студента. Наши академические стандарты очень высоки...

95%

студентов TECH успешно завершают обучение.



Нетворкинг

Профессионалы со всего мира принимают участие в TECH, чтобы вы смогли создать большую сеть контактов, полезных для вашего будущего.

100000+

менеджеров, прошедших ежегодную подготовку

200+

разных национальностей.



Расширение прав и возможностей

Развивайтесь наряду с лучшими компаниями и профессионалами, обладающими большим авторитетом и влиянием. Мы создали стратегические альянсы и ценную сеть контактов с основными экономическими субъектами на 7 континентах.

500+

соглашений о сотрудничестве с лучшими компаниями.



Талант

Наша программа - это уникальное предложение для раскрытия вашего таланта в мире бизнеса. Возможность, с помощью которой вы сможете заявить о своих интересах и видении своего бизнеса.

TECH помогает студентам показать миру свой талант при прохождении этой программы.



Мультикультурный контекст

Обучаясь в TECH, студенты могут получить уникальный опыт. Вы будете учиться в многокультурном контексте. В программе с глобальным видением, благодаря которой вы сможете узнать о том, как работают в разных частях света, собрать самую свежую информацию, которая наилучшим образом соответствует вашей бизнес-идее.

Наши студенты представляют более 200 национальностей.



TECH стремится к совершенству и для этого обладает рядом характеристик, которые делают его уникальным университетом:



Анализ

TECH исследует критическую сторону студента, его способность задавать вопросы, навыки решения проблем и навыки межличностного общения.



Академическое превосходство

TECH предлагает студентам лучшую методику онлайн-обучения. Университет сочетает метод *Relearning* (наиболее признанная во всем мире методология последипломного обучения) с «методом кейсов» Гарвардской школы бизнеса. Традиции и современность в сложном балансе и в контексте самого требовательного академического маршрута.



Экономия за счет масштаба

TECH - крупнейший в мире онлайн-университет. В его портфолио насчитывается более 10 000 университетских последипломных программ. А в новой экономике **объем + технология = разорительная цена**. Таким образом, мы заботимся о том, чтобы учеба для вас была не такой дорогой, как в другом университете.



Учитесь у лучших

Наши преподаватели объясняют в аудиториях, что привело их к успеху в их компаниях, работая в реальном, живом и динамичном контексте. Преподаватели, которые полностью посвящают себя тому, чтобы предложить вам качественную специализацию, которая позволит вам продвинуться по карьерной лестнице и выделиться в мире бизнеса.

Преподаватели 20 различных национальностей.



В TECH у вас будет доступ к самому строгому и современному методу кейсов в академической среде"

03

Почему именно наша программа?

Прохождение программы TECH означает увеличение ваших шансов достичь профессиональный успех в области высшего менеджмента.

Это задача, которая требует усилий и самоотдачи, но которая открывает дверь в многообещающее будущее. Вы будете учиться у лучших преподавателей и с самой гибкой и инновационной образовательной методологией.



“

У нас самый престижный преподавательский состав и самый полный учебный план на рынке, что позволяет нам предложить вам обучение на самом высоком академическом уровне”

Эта программа обеспечит вам множество преимуществ в трудоустройстве и личной жизни, включая следующие:

01

Дать решающий толчок карьере студента

Мы даем вам возможность взять под контроль свое будущее и полностью раскрыть свой потенциал. Пройдя нашу программу, вы приобретете необходимые навыки, чтобы за короткий срок добиться положительных изменений в своей карьере.

70% студентов этой специализации добиваются успешных изменений в своей карьере менее чем за 2 года.

02

Разрабатывать стратегическое и глобальное видение компании

Мы предлагаем вам глубокое понимание общего менеджмента, чтобы вы узнали, как каждое решение влияет на различные функциональные области компании.

Наше глобальное видение компании улучшит ваше стратегическое мышление.

03

Укрепить знания в области высшего менеджмента предприятий

Обучение в TECH означает открытие дверей в профессиональную область, в которой студенты смогут позиционировать себя в качестве руководителей высокого уровня, обладающих широким видением международной среды.

Вы будете работать над более чем 100 реальными кейсами топ-менеджеров.

04

Брать на себя новые обязанности

Мы покажем вам последние тенденции, разработки и стратегии для осуществления вашей профессиональной деятельности в меняющихся условиях.

45% наших студентов получают повышение внутри компании.

05

Получить доступ к мощной сети контактов

TECH формирует своих студентов, чтобы максимально расширить их возможности. Студенты с теми же интересами и желанием развиваться. Таким образом, можно будет обмениваться контактами партнеров, клиентов или поставщиков.

Вы найдете сеть контактов, необходимых для вашего профессионального развития.

06

Разрабатывать свой бизнес-проект в строгой последовательности

Вы получите глубокое стратегическое видение, которое поможет вам разработать собственный проект, принимая во внимание различные направления деятельности компании.

20% наших студентов разрабатывают собственную бизнес-идею.

07

Совершенствовать свои софт-скиллы и управленческие умения

Мы помогаем вам применять и развивать полученные знания и совершенствовать навыки межличностного общения, чтобы стать лидером, который меняет мир к лучшему.

Улучшите свои коммуникативные и лидерские навыки и продвигайтесь по карьерной лестнице.

08

Стать частью эксклюзивного сообщества

Мы предлагаем вам возможность стать частью сообщества элитных менеджеров, крупных компаний, известных институтов и квалифицированных преподавателей из самых престижных университетов мира: сообщества TECH Технологического университета.

Мы даем вам возможность специализироваться с командой всемирно признанных преподавателей.

04

Цели

Эта программа предназначена для укрепления управленческих и лидерских навыков студентов, а также для развития новых компетенций и навыков, которые будут необходимы в их профессиональном развитии. После прохождения этой программы студенты смогут принимать глобальные решения с инновационной перспективой и международным видением, тем самым добиваясь прогресса на личном и профессиональном уровнях, а также позитивных изменений в своей компании, что позволит им занять особое место в отрасли.



“

*Добивайтесь своих академических целей,
пройдя эту Профессиональную магистерскую
специализацию высокого уровня”*

TECH делает цели своих студентов своими собственными.

Работайте вместе для их достижения.

Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами позволит студенту:

01

Определять последние тенденции и разработки в области управления бизнесом

04

Развивать навыки выявления, анализа и решения проблем

02

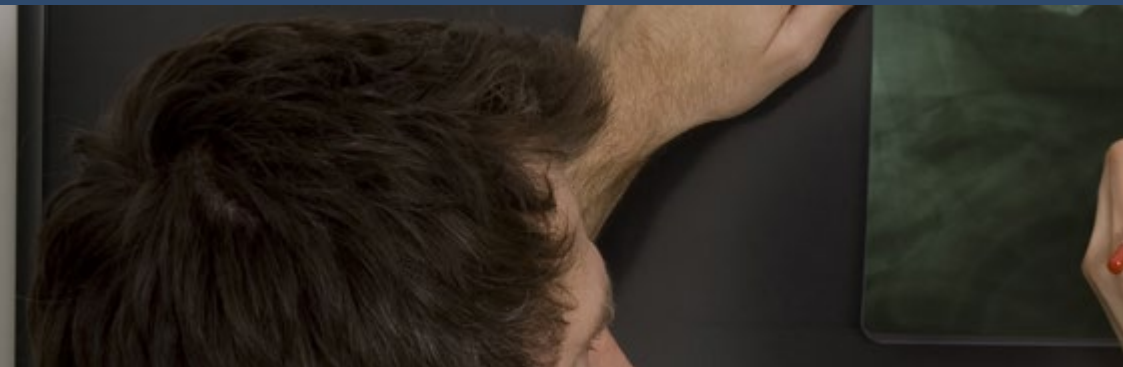
Составить план развития и совершенствования личных и управленческих навыков

03

Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде

05

Развивать необходимые навыки для стратегического управления деловой деятельностью

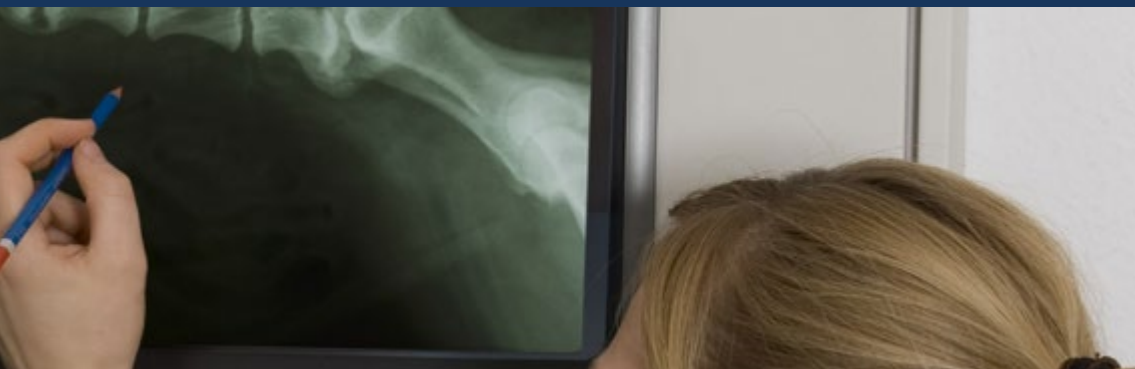


06

Объяснить компанию с глобальной точки зрения, а также обязанности каждой сферы деятельности компании.

08

Формулировать и внедрять коммерческую политику как стратегию роста, которая адаптирует компанию к изменениям в международной среде



09

Генерировать экспертные знания о секторе ветеринарных услуг: среда, проблемы и тенденции

07

Разрабатывать инновационные стратегии и политику для улучшения управления и эффективности бизнеса

10

Определить образовательные потребности в секторе ветеринарных услуг в контексте меняющихся условий

11

Установить методологию разработки годового бизнес-плана

12

Выработать понимание о динамичном документе, который должен сопровождать нас в течение всего года

13

Изучить финансовые аспекты, необходимые для успешного управления ветеринарным центром

14

Разработать финансовые инструменты для управления ветеринарным центром

15

Собрать данные, необходимые для создания финансовой информационной панели



16

Разработать эффективную и систематическую методологию для создания динамичной и инновационной бизнес-стратегии для ветеринарного центра

18

Предложить методику эффективной работы с особо эмоциональными клиентами



19

Разработать процессы обеспечения лояльности

17

Сформировать специализированные знания об инновациях как средстве создания дифференцированного ценностного предложения для пользователей

20

Определить, какой должна быть цена на ветеринарные услуги и как ее установить

21

Сформировать понимание важности кросс-продаж

22

Проанализировать инструментарий мерчандайзинга

23

Изучить взаимосвязь между онлайн и офлайн маркетингом

24

Развить навыки, необходимые для эффективного управления персоналом

25

Обучить руководителя успешно справляться с конфликтами в рабочих коллективах

26

Разработать и внедрить бережливое управление бизнесом в ветеринарном центре



27

Сформировать организационно-правовую форму создаваемой компании с учетом особенностей каждой из них, от товарищества до кооператива партнеров

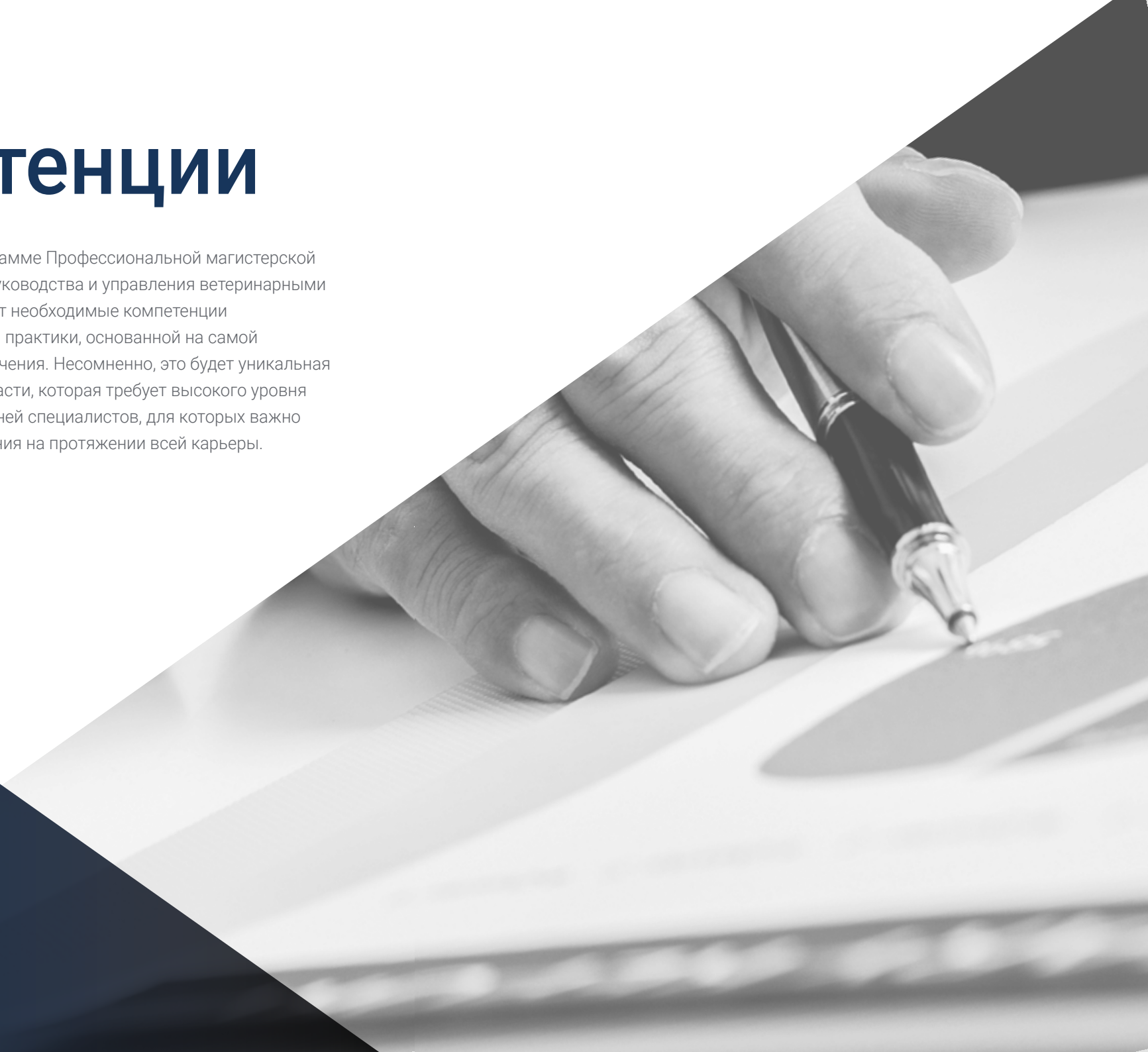
28

Сформировать культуру постоянного совершенствования управления бизнесом

05

Компетенции

После сдачи экзаменов по программе Профессиональной магистерской специализации МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами, специалист приобретет необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной методологии обучения. Несомненно, это будет уникальная возможность развиваться в области, которая требует высокого уровня квалификации от работающих в ней специалистов, для которых важно продолжать обновлять свои знания на протяжении всей карьеры.



“

*Интересная программа,
которая позволит вам успешно
развиваться в сфере управления
ветеринарными центрами”*

01

Осуществлять глобальное управление компанией, применяя методы лидерства, влияющие на производительность работников, таким образом, чтобы достигались цели

02

Быть частью и руководить корпоративной и конкурентной стратегией компании

03

Разрешать конфликты на предприятии и проблемы между работниками

04

Осуществлять правильное управление командой для повышения производительности и, следовательно, прибыли компании

05

Контролировать процессы логистики, закупок и снабжения компании



06

Глубоко изучить новые бизнес-модели информационных систем

08

Подробно изучить инновации во всех процессах и сферах деятельности компании



09

Руководить различными проектами компании

07

Применять наиболее подходящие стратегии для электронной коммерции продуктов и услуг компании

10

Управлять компаниями в данном секторе наиболее эффективным и результативным способом

11

Разрабатывать, развивать, внедрять, контролировать и совершенствовать собственный бизнес-план

12

Понять новые задачи в области общественного здравоохранения, связанные с "зеленой" и устойчивой экономикой

13

Проводить SWOT-анализ, чтобы понять особенности бизнеса и среды и суметь воспользоваться преимуществами, которые он предлагает

14

Осуществлять хозяйственно-финансовое управление ветеринарным центром

15

Разработать и внедрить оптимальную бизнес-модель для привлечения потенциальных клиентов



16

Знать, как правильно общаться с клиентом, чтобы улучшить его впечатления от посещения ветеринарного центра

18

Глубоко знать профиль сотрудников компании, чтобы назначить их на наиболее подходящие должности и оценить их работу

19

Руководить компанией, обладая способностью разрешать внутренние конфликты в ней

17

Разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии, повышающие эффективность работы компании

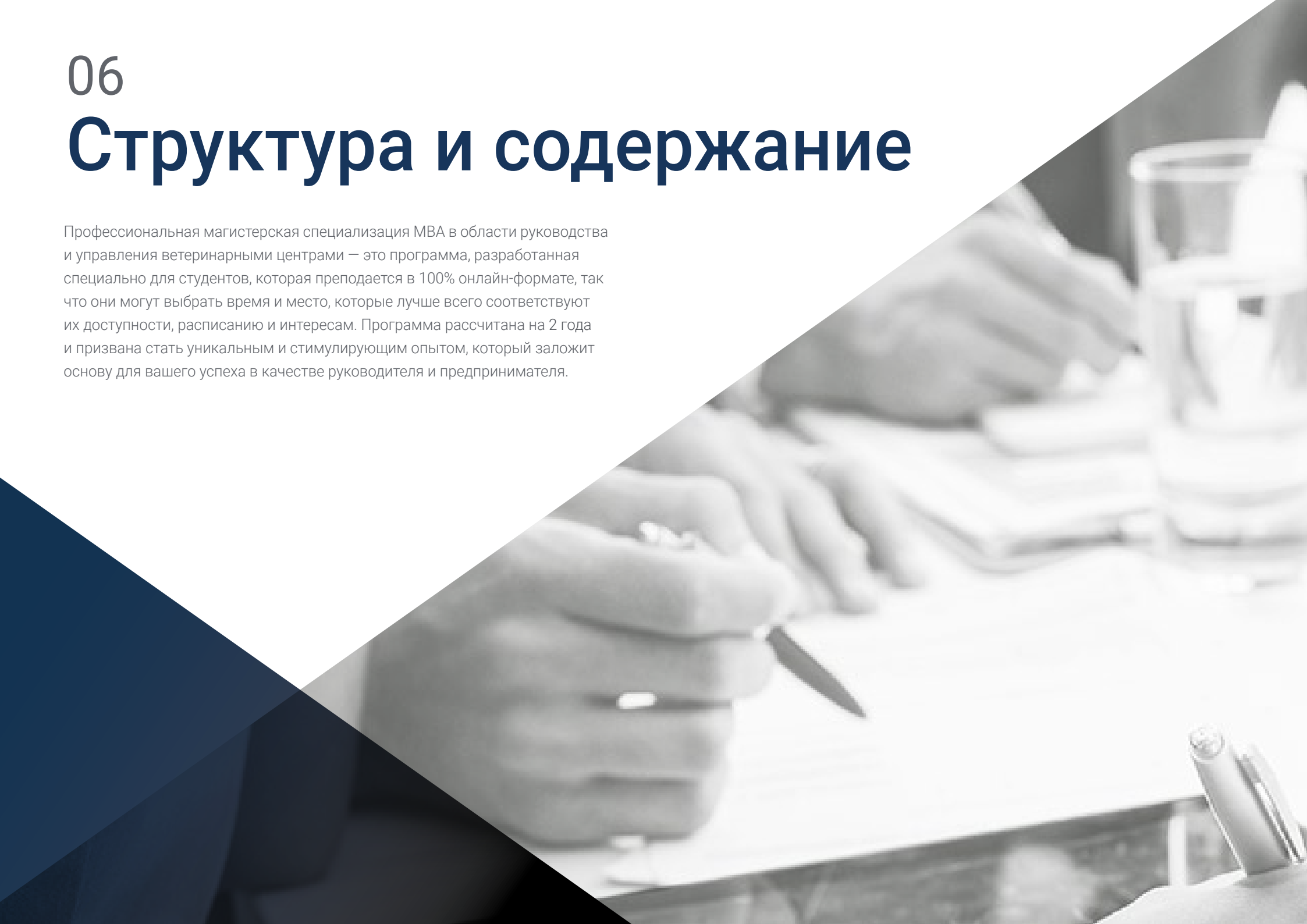
20

Знать в полном объёме правовые аспекты, влияющие на работу ветеринарных учреждений

06

Структура и содержание

Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами — это программа, разработанная специально для студентов, которая преподается в 100% онлайн-формате, так что они могут выбрать время и место, которые лучше всего соответствуют их доступности, расписанию и интересам. Программа рассчитана на 2 года и призвана стать уникальным и стимулирующим опытом, который заложит основу для вашего успеха в качестве руководителя и предпринимателя.



“

*Развивайте навыки и компетенции,
необходимые для успешной работы
в высококонкурентном секторе”*

Учебный план

Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами ТЕСН Технологического университета - это интенсивная программа, которая готовит студентов к преодолению трудностей и принятию бизнес-решений как на национальном, так и на международном уровне. Содержание программы призвано способствовать развитию управленческих компетенций, позволяющих принимать решения.

На протяжении 3000 часов обучения студент будет анализировать множество практических кейсов в ходе индивидуальной работы, добиваясь превосходного знания предмета, которое впоследствии можно будет применять в повседневной работе. Таким образом, вы сможете погрузиться в реальные ситуации в сфере бизнеса.

Данная Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами углубленно рассматривает различные сферы

деятельности компании и предназначен для руководителей, стремящихся понять ветеринарный менеджмент со стратегической, международной и инновационной точек зрения.

План, разработанный для студентов, ориентированный на их профессиональное совершенствование и готовящий их к достижению высоких результатов в области управления ветеринарными центрами.

Программа, которая понимает ваши потребности и потребности вашей компании благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях, и поддерживается лучшей образовательной методологией и исключительным преподавательским составом, что позволит вам приобрести навыки решения критических ситуаций творческим и эффективным способом.

Эта программа рассчитана на 2 года и состоит из 18 модулей:

Модуль 1.	Лидерство, этика и КСО
Модуль 2.	Стратегическое управление и управленческий менеджмент
Модуль 3.	Управление персоналом и талантами
Модуль 4.	Экономический и финансовый менеджмент
Модуль 5.	Управление операциями и логистикой
Модуль 6.	Управление информационными системами
Модуль 7.	Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации
Модуль 8.	Инновации и управление проектами
Модуль 9.	Экономический сектор ветеринарных медицинских центров
Модуль 10.	Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах

Модуль 11.	Управление финансами, применяемое к ветеринарным центрам
Модуль 12.	Бизнес-стратегия и инновации в ветеринарных центрах
Модуль 13.	Клиент/пользователь ветеринарных центров
Модуль 14.	Маркетинг, применяемый в ветеринарных центрах
Модуль 15.	Управление кадровыми ресурсами в ветеринарных центрах
Модуль 16.	Лидерство и управленческие навыки, применяемые в ветеринарных центрах
Модуль 17.	Производственные процессы в ветеринарных центрах

Где, когда и как учиться?

TECH предлагает вам возможность пройти это обучение полностью в режиме онлайн. В течение 2 лет обучения они смогут в любое время получить доступ ко всему содержанию этой программы, что позволит им самостоятельно управлять своим учебным временем.

Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения для повышения вашего профессионального роста"

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

1.1. Глобализация и управление

- 1.1.1. Глобализация и тенденции: интернационализация рынков
- 1.1.2. Экономическая среда и корпоративное управление
- 1.1.3. Accountability или подотчетность

1.2. Лидерство

- 1.2.1. Межкультурная среда
- 1.2.2. Лидерство и менеджмент компании
- 1.2.3. Роли и обязанности руководства

1.3. Деловая этика

- 1.3.1. Этика и добросовестность
- 1.3.2. Этичное ведение бизнеса
- 1.3.3. Деонтология, этические кодексы и кодексы поведения
- 1.3.4. Предотвращение мошенничества и коррупции

1.4. Устойчивое развитие

- 1.4.1. Бизнес и устойчивое развитие
- 1.4.2. Социальное, экологическое и экономическое воздействие
- 1.4.3. Повестка дня на 2030 год и ЦУР

1.5. Корпоративная социальная ответственность

- 1.5.1. Корпоративная социальная ответственность
- 1.5.2. Роли и обязанности
- 1.5.3. Внедрение корпоративной социальной ответственности

Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

2.1. Организационный анализ и дизайн

- 2.1.1. Организационная культура
- 2.1.2. Организационный анализ
- 2.1.3. Дизайн организационной структуры

2.2. Корпоративная стратегия

- 2.2.1. Стратегия корпоративного уровня
- 2.2.2. Типологии стратегий корпоративного уровня
- 2.2.3. Определение корпоративной стратегии
- 2.2.4. Корпоративная стратегия и репутационный имидж

2.3. Стратегическое планирование и формулирование

- 2.3.1. Стратегическое мышление
- 2.3.2. Стратегическое планирование и формулирование
- 2.3.3. Устойчивое развитие и корпоративная стратегия

2.4. Стратегические модели и паттерны

- 2.4.1. Богатство, стоимость и возврат инвестиций
- 2.4.2. Корпоративная стратегия: методологии
- 2.4.3. Рост и консолидация корпоративной стратегии

2.5. Стратегическое управление

- 2.5.1. Миссия, видение и стратегические ценности
- 2.5.2. Balanced Scorecard/система сбалансированных показателей
- 2.5.3. Анализ, мониторинг и оценка корпоративной стратегии
- 2.5.4. Стратегическое управление и отчетность

2.6. Внедрение стратегии и исполнение

- 2.6.1. Стратегическая реализация: цели, действия и последствия
- 2.6.2. Мониторинг и стратегическое согласование
- 2.6.3. Подход к постоянному совершенствованию

2.7. Управленческий менеджмент

- 2.7.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
- 2.7.2. Политика и процессы управления
- 2.7.3. Управление знаниями

2.8. Анализ и решение кейсов/проблем

- 2.8.1. Методология решения проблем
- 2.8.2. Метод кейсов
- 2.8.3. Позиционирование и принятие решений

Модуль 3. Управление персоналом и талантами**3.1. Организационное поведение**

- 3.1.1. Теория организаций
- 3.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
- 3.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями

3.2. Стратегическое управление персоналом

- 3.2.1. Разработка рабочих мест, найм и подбор персонала
- 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и реализация
- 3.2.3. Анализ рабочих мест; проектирование процесса подбора персонала
- 3.2.4. Образование и профессиональное развитие

3.3. Развитие менеджмента и лидерства

- 3.3.1. Управленческие навыки: компетенции и профессиональные способности XXI века
- 3.3.2. Не управленческие навыки
- 3.3.3. Карта компетенций и навыков
- 3.3.4. Лидерство и управление персоналом

3.4. Управление изменениями

- 3.4.1. Анализ производительности
- 3.4.2. Стратегический подход
- 3.4.3. Управление изменениями: ключевые факторы, разработка и управление процессом
- 3.4.4. Подход к постоянному совершенствованию

3.5. Переговоры и управление конфликтами

- 3.5.1. Цели переговоров: отличительные элементы
- 3.5.2. Эффективные методы ведения переговоров
- 3.5.3. Конфликты: факторы и типологии
- 3.5.4. Эффективное управление конфликтами: переговоры и коммуникация

3.6. Управленческая коммуникация

- 3.6.1. Анализ производительности
- 3.6.2. Управлять изменениями. Сопротивление изменениям
- 3.6.3. Управление процессами изменений
- 3.6.4. Управление мультикультурными командами

3.7. Управление командой и эффективность работы людей

- 3.7.1. Многокультурная и многодисциплинарная среда
- 3.7.2. Управление командой и людьми
- 3.7.3. Коучинг и эффективность работы персонала
- 3.7.4. Совещания руководителей: планирование и управление временем

3.8. Управление знаниями и талантами

- 3.8.1. Выявление знаний и талантов в организациях
- 3.8.2. Корпоративные модели управления знаниями и талантами
- 3.8.3. Креативность и инновации

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент**4.1. Экономическая среда**

- 4.1.1. Теория организаций
- 4.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
- 4.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями

4.2. Управленческий учет

- 4.2.1. Международная система бухгалтерского учета
- 4.2.2. Введение в цикл бухгалтерского учета
- 4.2.3. Бухгалтерская отчетность предприятий
- 4.2.4. Анализ финансовых отчетов: принятие решений

4.3. Бюджет и управленческий контроль

- 4.3.1. Планирование бюджета
- 4.3.2. Управленческий контроль: структура и цели
- 4.3.3. Мониторинг и отчетность

4.4. Корпоративная финансовая ответственность

- 4.4.1. Корпоративная финансовая ответственность
- 4.4.2. Налоговая процедура: страновой подход

4.5. Системы управления предприятием

- 4.5.1. Типологии контроля
- 4.5.2. Нормативно-правовое соответствие/комплаенс
- 4.5.3. Внутренний аудит
- 4.5.4. Внешний аудит

4.6. Финансовый менеджмент

- 4.6.1. Введение в финансовый менеджмент
- 4.6.2. Финансовый менеджмент и корпоративная стратегия
- 4.6.3. Финансовый директор или Chief Financial Officer (CFO): управленческие компетенции

4.7. Финансовое планирование

- 4.7.1. Бизнес-модели и потребности в финансировании
- 4.7.2. Инструменты финансового анализа
- 4.7.3. Краткосрочное финансовое планирование
- 4.7.4. Долгосрочное финансовое планирование

4.8. Корпоративная финансовая стратегия

- 4.8.1. Корпоративные финансовые инвестиции
- 4.8.2. Стратегический рост: типологии

4.9. Макроэкономический контекст

- 4.9.1. Макроэкономический анализ
- 4.9.2. Экономические показатели
- 4.9.3. Экономический цикл

4.10. Стратегическое финансирование

- 4.10.1. Банковский бизнес: современные условия
- 4.10.2. Анализ и управление рисками

4.11. Деньги и рынки капитала

- 4.11.1. Рынок фиксированного дохода
- 4.11.2. Рынок акций
- 4.11.3. Оценка стоимости компании

4.12. Анализ и решение кейсов/проблем

- 4.12.1. Методология решения проблем
- 4.12.2. Метод кейсов

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

5.1. Управление операциями

- 5.1.1. Определить стратегию операций
- 5.1.2. Планирование и контроль цепочки поставок
- 5.1.3. Системы индикаторов

5.2. Управление закупками

- 5.2.1. Управление запасами
- 5.2.2. Управление складом
- 5.2.3. Управление закупками и снабжением

5.3. Управление цепями поставок (1)

- 5.3.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
- 5.3.2. Изменение структуры спроса
- 5.3.3. Изменение стратегии операций

5.4. Управление цепями поставок (2). Исполнение

- 5.4.1. Бережливое производство/ Бережливое мышление
- 5.4.2. Управление логистикой
- 5.4.3. Закупки

5.5. Логистические процессы

- 5.5.1. Организация и управление процессами.
- 5.5.2. Закупки, производство, распределение
- 5.5.3. Качество, затраты на качество и инструменты
- 5.5.4. Послепродажное обслуживание

5.6. Логистика и клиенты

- 5.6.1. Анализ спроса и прогнозирование
- 5.6.2. Прогнозирование и планирование продаж
- 5.6.3. Совместное планирование, прогнозирование и замена

5.7. Международная логистика

- 5.7.1. Таможенные, экспортные и импортные процессы
- 5.7.2. Методы и средства международных платежей
- 5.7.3. Международные логистические платформы

5.8. Конкуренция по операциям

- 5.8.1. Инновации в операционной деятельности как конкурентное преимущество предприятия
- 5.8.2. Новые технологии и науки
- 5.8.3. Информационные системы в операциях

Модуль 6. Управление информационными системами

6.1. Управление информационными системами

- 6.1.1. Информационные системы в бизнесе
- 6.1.2. Стратегические решения
- 6.1.3. Роль CIO

6.2. Информационные технологии и бизнес-стратегия

- 6.2.1. Анализ компании и отрасли
- 6.2.2. Бизнес-модели на базе Интернета
- 6.2.3. Значение ИТ в бизнесе

6.3. Стратегическое планирование ИС

- 6.3.1. Процесс стратегического планирования
- 6.3.2. Формулировка стратегии ИС
- 6.3.3. План реализации стратегии

6.4. Информационные системы и бизнес-аналитика

- 6.4.1. CRM и бизнес-аналитика
- 6.4.2. Управление проектами в области бизнес-аналитики
- 6.4.3. Архитектура бизнес-аналитики

6.5. Новые бизнес-модели на основе ИКТ

- 6.5.1. Бизнес-модели на основе технологий
- 6.5.2. Способность к инновациям
- 6.5.3. Редизайн процессов цепочки создания стоимости

6.6. Электронная коммерция

- 6.6.1. Стратегический план электронной коммерции
- 6.6.2. Управление логистикой и обслуживанием клиентов в электронной коммерции
- 6.6.3. Электронная коммерция как возможность интернационализации

6.7. Стратегии электронного бизнеса

- 6.7.1. Стратегии в социальных медиа
- 6.7.2. Оптимизация каналов предоставления услуг и поддержки клиентов
- 6.7.3. Цифровое регулирование

6.8. Цифровой бизнес

- 6.8.1. Мобильная электронная коммерция
- 6.8.2. Дизайн и юзабилити
- 6.8.3. Операции электронной коммерции

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации**7.1. Коммерческий менеджмент**

- 7.1.1. Управление продажами
- 7.1.2. Коммерческая стратегия
- 7.1.3. Техника продаж и ведения переговоров
- 7.1.4. Управление отделом продаж

7.2. Маркетинг

- 7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес
- 7.2.2. Основные переменные маркетинга
- 7.2.3. План маркетинга

7.3. Стратегическое управление маркетингом

- 7.3.1. Источники инноваций.
- 7.3.2. Современные тенденции в маркетинге
- 7.3.3. Инструменты маркетинга
- 7.3.4. Маркетинговая стратегия и коммуникация с клиентами

7.4. Стратегия цифрового маркетинга

- 7.4.1. Подход к цифровому маркетингу
- 7.4.2. Инструменты цифрового маркетинга
- 7.4.3. Входящий маркетинг и эволюция цифрового маркетинга

7.5. Стратегия продаж и коммуникаций

- 7.5.1. Позиционирование и продвижение
- 7.5.2. Связи с общественностью
- 7.5.3. Стратегия продаж и коммуникаций

7.6. Корпоративная коммуникация

- 7.6.1. Внутренние и внешние коммуникации
- 7.6.2. Департаменты коммуникации
- 7.6.3. Менеджеры по коммуникациям: управленческие компетенции и обязанности

7.7. Корпоративная коммуникационная стратегия

- 7.7.1. Корпоративная коммуникационная стратегия
- 7.7.2. План коммуникации
- 7.7.3. Написание пресс-релизов/клиппинг/реклама

Модуль 8. Инновации и управление проектами**8.1. Инновации**

- 8.1.1. Макро-концепция инноваций
- 8.1.2. Типологии инноваций
- 8.1.3. Непрерывные и прерывистые инновации
- 8.1.4. Обучение и инновации

8.2. Инновационная стратегия

- 8.2.1. Инновации и корпоративная стратегия
- 8.2.2. Глобальный инновационный проект: разработка и управление
- 8.2.3. Семинары по инновациям

8.3. Разработка и проверка бизнес-модели

- 8.3.1. Методология «Бережливого стартапа»
- 8.3.2. Инновационная бизнес-инициатива: этапы
- 8.3.3. Способы финансирования
- 8.3.4. Инструменты моделирования: карта эмпатии, модель canvas и метрики
- 8.3.5. Рост и лояльность

8.4. Управление проектами

- 8.4.1. Инновационные возможности
- 8.4.2. Техно-экономическое обоснование и спецификация предложений
- 8.4.3. Определение и разработка проектов
- 8.4.4. Реализация проекта
- 8.4.5. Закрытие проекта

Модуль 9. Экономический сектор ветеринарных медицинских центров

9.1. Роль домашнего животного в современном обществе

- 9.1.1. Домашние животные и их польза для физического и эмоционального здоровья людей
- 9.1.2. Домашние животные и здоровое развитие детей
- 9.1.3. Домашние животные и здоровое старение
- 9.1.4. Домашние животные-компаньоны и преимущества для сосуществования в обществе
- 9.1.5. Жестокое обращение с животными и его связь с домашним насилием
- 9.1.6. Животные как часть терапии и ухода

9.2. Роль бизнеса в современном социальном контексте

- 9.2.1. Корпоративная социальная ответственность
- 9.2.2. Изменение климата и «Новый зеленый курс»
- 9.2.3. Цели устойчивого развития (ЦУР) и повестка дня на 2030 год
- 9.2.4. Задачи для компании по оказанию ветеринарных услуг

9.3. Рынок домашних животных

- 9.3.1. Промышленность, розничная торговля и сбыт
- 9.3.2. Услуги
 - 9.3.2.1. Клинические ветеринарные услуги
 - 9.3.2.2. Услуги по дрессировке собак
 - 9.3.2.3. Парикмахерские услуги
 - 9.3.2.4. Контроль популяций уличных животных
- 9.3.3. Продажа ветеринарных лекарственных препаратов
- 9.3.4. Разведение и продажа домашних животных
- 9.3.5. Общественные организации

9.4. Типология ветеринарных медицинских центров и услуг

- 9.4.1. Ветеринарные медицинские центры
- 9.4.2. Ветеринарно-медицинские услуги
- 9.4.3. Сотрудничество государственного и частного секторов

9.5. Макроэкономическая ситуация в секторе ветеринарных клиник

- 9.5.1. Отраслевая социально-экономическая ситуация
- 9.5.2. Отраслевая ситуация с занятостью

9.6. Цифровое здоровье в ветеринарном секторе

- 9.6.1. Цифровизация ветеринарного сектора
- 9.6.2. Факторы и цифровые инструменты, которые будут способствовать изменениям
- 9.6.3. Факторы, сдерживающие развитие цифровых технологий
- 9.6.4. Цифровые дифференциаторы
- 9.6.5. Текущая ситуация и цифровые задачи в ветеринарном секторе

9.7. Концепция "Единое здоровье" применительно к ветеринарным лечебным центрам

- 9.7.1. Общая концепция "Одно здоровье — одно благополучие"
- 9.7.2. Роль ветеринарного врача в концепции "Единое здоровье"

9.8. Обучение профессионалов в ветеринарных медицинских центрах

- 9.8.1. Текущий контекст обучения специалистов данного сектора и реальные потребности ветеринарных медицинских центров
- 9.8.2. Непрерывное обучение
- 9.8.3. Двойная подготовка

9.9. Отраслевая бизнес-стратегия

- 9.9.1. Бизнес-ассоциации: что это такое, как они осуществляются и для чего они нужны
- 9.9.2. Проактивное вмешательство в создание нормативных актов, влияющих на сектор

9.10. Время неопределенности, время перемен и рыночные тенденции

- 9.10.1. Работник с новыми концепциями и чувствительностью
- 9.10.2. Клиент с новыми запросами и потребностями
- 9.10.3. Новые задачи в общественном здравоохранении
- 9.10.4. Новые формы коммуникации

Модуль 10. Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах**10.1. Бизнес-план для ветеринарных центров**

- 10.1.1. Планирование и контроль: две стороны одной медали
- 10.1.2. Зачем и почему нужен план?
- 10.1.3. Кто должен его разрабатывать?
- 10.1.4. Когда это нужно делать?
- 10.1.5. Как это сделать?
- 10.1.6. Нужно ли это делать в письменном виде?
- 10.1.7. Вопросы, на которые необходимо ответить
- 10.1.8. Разделы бизнес-плана

10.2. Внешний анализ I: среда ветеринарных учреждений

- 10.2.1. Что в нем должно быть?
- 10.2.2. Политическая обстановка
- 10.2.3. Экономическая среда
- 10.2.4. Социальная среда
- 10.2.5. Технологическая среда
- 10.2.6. Экономическая среда
- 10.2.7. Правовая среда

10.3. Внешний анализ II: конкурентная среда применительно к сектору ветеринарных центров

- 10.3.1. Клиенты
- 10.3.2. Конкуренция
- 10.3.3. Поставщики
- 10.3.4. Прочее

10.4. Внутренний анализ работы ветеринарного центра

- 10.4.1. Помещения и оборудование
- 10.4.2. Персонал
- 10.4.3. Прибыль/расходы
- 10.4.4. Клиенты
- 10.4.5. Цены
- 10.4.6. Услуги
- 10.4.7. Коммуникация с клиентами
- 10.4.8. Образование
- 10.4.9. Поставщики
- 10.4.10. Соревнование

10.5. SWOT-анализ в применении к ветеринарным центрам

- 10.5.1. Слабые стороны
- 10.5.2. Преимущества
- 10.5.3. Угрозы
- 10.5.4. Возможности
- 10.5.5. Исправить
- 10.5.6. Устранить
- 10.5.7. Сохранить
- 10.5.8. Использовать

10.6. Цели ветеринарных учреждений как предприятий

- 10.6.1. Что они из себя представляют?
- 10.6.2. Характеристики: SMART
- 10.6.3. Типы

10.7. Бизнес-стратегии в ветеринарных центрах

- 10.7.1. 7 P маркетинга сферы услуг
- 10.7.2. Товар-Услуга
- 10.7.3. Цена
- 10.7.4. Распространение
- 10.7.5. Коммуникация
- 10.7.6. Люди
- 10.7.7. Процедуры
- 10.7.8. Проверка

10.8. План действий для стратегии ветеринарного центра

- 10.8.1. Из чего состоит?
- 10.8.2. Как разработать стратегию?
- 10.8.3. Что следует учитывать на каждом этапе?
- 10.8.4. Определение приоритетов действий на основе их важности для бизнеса
- 10.8.5. Календарь

10.9. План контроля и мониторинга для бизнес-плана ветеринарного центра

- 10.9.1. Планирование и контроль
- 10.9.2. Что это такое и почему это необходимо
- 10.9.3. Кто и как осуществляет контроль
- 10.9.4. Мониторинг на основе показателей
- 10.9.5. Принятие решений

10.10. План действий в чрезвычайных ситуациях применительно к бизнес-плану ветеринарного центра

- 10.10.1. Что это такое и для чего это нужно?
- 10.10.2. Как это сделать?
- 10.10.3. Как им пользоваться?



Модуль 11. Управление финансами, применяемое к ветеринарным центрам**11.1. Расходы и доходы в ветеринарном центре**

- 11.1.1. Постоянные затраты
- 11.1.2. Переменные затраты
- 11.1.3. Прямые затраты
- 11.1.4. Косвенные затраты
- 11.1.5. Доход от оказания услуг
- 11.1.6. Доход от реализации продукции
- 11.1.7. Валовая маржа
- 11.1.8. Чистая маржа
- 11.1.9. Маржа от покупки
- 11.1.10. Маржа от продажи

11.2. Отчет о прибылях и убытках ветеринарного центра

- 11.2.1. EBITDA
- 11.2.2. EBIT или BAII
- 11.2.3. Прибыльность
- 11.2.4. Производительность
- 11.2.5. Нетто-результат

11.3. Управление складскими запасами в ветеринарном центре

- 11.3.1. Себестоимость продаж
- 11.3.2. Характеристики системы управления запасами
- 11.3.3. Закупки и контроль запасов
- 11.3.4. Точка оповещения о запасах
- 11.3.5. Запас безопасности
- 11.3.6. Пункт заказов
- 11.3.7. Ротация запасов

**11.4. Коэффициенты продаж в ветеринарном центре
Точка безубыточности**

- 11.4.1. Ключевые практические показатели продаж в ветеринарном центре
 - 11.4.1.1. Частота операций
 - 11.4.1.2. Средняя сумма операции
 - 11.4.1.3. Средние расходы на одного клиента
 - 11.4.1.4. Количество ежедневных операций
 - 11.4.1.5. Количество операций в год
- 11.4.2. Понятие точки безубыточности
- 11.4.3. Перспективный расчет безубыточности
- 11.4.4. Ретроспективный расчет безубыточности

**11.5. Анализ стоимости услуг в ветеринарном центре
Технологические инвестиции**

- 11.5.1. Основы анализа затрат в ветеринарных центрах
 - 11.5.1.1. Анализ затрат на прием ветеринарного врача
 - 11.5.1.2. Анализ затрат на прочие профессиональные услуги
- 11.5.2. Расчет окупаемости инвестиций в технологии

11.6. Управление бюджетом в ветеринарных центрах

- 11.6.1. Основы контроля денежных средств
- 11.6.2. Инструменты контроля денежных средств
- 11.6.3. Основы управления бюджетом
- 11.6.4. Инструменты управления бюджетом

11.7. Экономическая оценка работы ветеринарного центра

- 11.7.1. Основы экономической оценки ветеринарного центра
- 11.7.2. Методология оценки стоимости ветеринарного центра
- 11.7.3. Гудвилл

11.8. Ключевые показатели управления в ветеринарных центрах

- 11.8.1. Концепции
- 11.8.2. Основная информация
- 11.8.3. Наиболее часто встречающиеся показатели в ветеринарных центрах
- 11.8.4. Основные показатели человеческих ресурсов
- 11.8.5. Основные показатели качества обслуживания клиентов
- 11.8.6. Выбор ключевых показателей менеджмента

11.9. Панель финансовых индикаторов, применяемая к ветеринарным центрам

- 11.9.1. Основы панели финансовых индикаторов
- 11.9.2. Анализ тенденций и сравнение между периодами
- 11.9.3. Работа с панелью индикаторов
- 11.9.4. Интерпретация результатов панели индикаторов

11.10. Балансовый отчет ветеринарного центра

- 11.10.1. Концепция
- 11.10.2. Структура отчета
- 11.10.3. Структура балансового отчета
- 11.10.4. Оценка стоимости активов
- 11.10.5. Диагностика баланса и отчета о прибылях и убытках
- 11.10.6. Анализ балансового отчета
- 11.10.7. Изучение наиболее интересных ключевых показателей бухгалтерского отчета
- 11.10.8. Динамический анализ активов
- 11.10.9. Анализ отчета о прибылях и убытках
- 11.10.10. Показатели отчета о прибылях и убытках

Модуль 12. Бизнес-стратегия и инновации в ветеринарных центрах

12.1. Роль менеджера ветеринарного центра

- 12.1.1. Общее руководство
- 12.1.2. Управление человеческими ресурсами
- 12.1.3. Финансовый менеджмент
- 12.1.4. Управление охраной здоровья на рабочем месте
- 12.1.5. Управление информационными технологиями
- 12.1.6. Маркетинг и управление продажами
- 12.1.7. Управление обслуживанием клиентов и связи с общественностью
- 12.1.8. Управление изменениями

12.2. Стратегическое планирование в ветеринарных центрах

- 12.2.1. Определения
- 12.2.2. Понимание стратегии бизнеса
- 12.2.3. Стратегический план для ветеринарного центра

12.3. Философский этап стратегического планирования ветеринарного центра

- 12.3.1. Определение
- 12.3.2. Элементы
 - 12.3.2.1. Миссия
 - 12.3.2.2. Видение
 - 12.3.2.3. Ценности
 - 12.3.2.4. Инструменты
 - 12.3.2.5. Стратегические цели
- 12.3.3. Практические примеры

12.4. Бизнес-модели в традиционных ветеринарных центрах

- 12.4.1. Введение
- 12.4.2. Структура ветеринарных учреждений
- 12.4.3. Услуги
- 12.4.4. Персонал ветеринарного центра

12.5. Исследования для инноваций в ветеринарных центрах

- 12.5.1. Концепция инноваций в ветеринарной отрасли
- 12.5.2. Стратегия голубого океана в применении к ветеринарным центрам
 - 12.5.2.1. Концепция
 - 12.5.2.2. Аналитические инструменты
- 12.5.3. Модель CANVAS для инноваций в ветеринарных центрах
 - 12.5.3.1. Описание
 - 12.5.3.2. Применение
- 12.5.4. Формирование стратегий инноваций в ветеринарных центрах
 - 12.5.4.1. Генерирование новых идей и синтез
 - 12.5.4.2. Инновационные центры

12.6. Разработка ценностного предложения для клиентов ветеринарных центров

- 12.6.1. Профиль клиента/пользователя ветеринарных центров
- 12.6.2. Карта ценностей
- 12.6.3. Соответствие ценностного предложения профилю клиента применительно к ветеринарным центрам

12.7. Прототипирование инноваций применительно к ветеринарным центрам

- 12.7.1. Минимально жизнеспособная инновационная система
- 12.7.2. Глобальная система показателей инноваций
- 12.7.3. Операционный план инноваций

12.8. Типы бизнес-моделей в секторе ветеринарных медицинских центров

- 12.8.1. Дезагрегирование бизнес-моделей
- 12.8.2. *Long tail* или «длинный хвост»
- 12.8.3. Многосторонние платформы
- 12.8.4. Бизнес-модель *Freemium*
- 12.8.5. Открытые бизнес-модели

12.9. Дизайн-мышление и его применение в ветеринарных центрах

- 12.9.1. Концепция
- 12.9.2. Руководящие принципы и ключи
- 12.9.3. Инструменты

12.10. Исследования для постоянного улучшения бизнес-стратегии в ветеринарной практике

- 12.10.1. Мониторинг стратегического плана ветеринарного центра
- 12.10.2. Внедрение усовершенствований в стратегию ветеринарного центра

Модуль 13. Клиент/пользователь ветеринарных центров**13.1. Обслуживание клиентов в ветеринарных центрах**

- 13.1.1. Мастерство в обслуживании клиентов
- 13.1.2. Управление клиентским сервисом
- 13.1.3. Комплаенс в ветеринарных центрах как инструмент лояльности

13.2. Коммуникация "лицом к лицу" в ветеринарных центрах

- 13.2.1. Практические преимущества коммуникации с клиентами
- 13.2.2. Текущая парадигма
- 13.2.3. Потребности клиентов
- 13.2.4. Управление качеством обслуживания клиентов
 - 13.2.4.1. Каналы коммуникации с клиентами
 - 13.2.4.2. Компьютерные системы/базы данных (CRM)
 - 13.2.4.3. Опросы по оценке качества

13.3. Необходимые навыки коммуникации для специалистов ветеринарной практики

- 13.3.1. Вопрос в сфере профессиональной коммуникации
- 13.3.2. Слушание в профессиональной коммуникации
- 13.3.3. Невербальная коммуникация
- 13.3.4. Вербальная коммуникация
- 13.3.5. Проксемика в ветеринарных центрах

13.4. Эмпатия как основополагающий навык в XXI веке в отношениях с клиентами в ветеринарных центрах

- 13.4.1. Определение и описание
- 13.4.2. Проявления эмпатии
- 13.4.3. Инструменты для работы над эмпатией в коммуникации с клиентами в ветеринарных клиниках

13.5. Методика успешного решения сложных ситуаций с клиентами в ветеринарной практике

- 13.5.1. Четыре основные привычки высокоэффективных сотрудников клиник
- 13.5.2. Характеристики конфликтов между специалистами ветеринарии и их клиентами
- 13.5.3. Методика успешного решения сложных ситуаций с клиентами в ветеринарных центрах
 - 13.5.3.1. Выявление проблемы
 - 13.5.3.2. Понимание смысла
 - 13.5.3.3. Использование возможностей
 - 13.5.3.4. Установление границ взаимоотношений
 - 13.5.3.5. Расширение помощи для решения проблемы
- 13.5.4. Инструменты для улучшения профессиональных коммуникативных навыков

13.6. Коммуникация во время ветеринарного приема

- 13.6.1. Введение
- 13.6.2. Применение Калгари-Кембриджской модели во время приема в ветеринарной клинике
 - 13.6.2.1. Этап подготовки
 - 13.6.2.2. Начало консультации
 - 13.6.2.3. Сбор информации
 - 13.6.2.4. Результаты и планирование
 - 13.6.2.5. Предоставление адекватной информации
 - 13.6.2.6. Взаимопонимание
 - 13.6.2.7. Завершение консультации
- 13.6.3. Передача плохих новостей клиентам ветеринарных центров

13.7. Стратегии взаимоотношений с клиентами в ветеринарном центре

- 13.7.1. Маркетинг взаимоотношений
- 13.7.2. Основные ожидания клиентов и пользователей ветеринарных учреждений
- 13.7.3. Долгосрочное управление взаимоотношениями с клиентами
 - 13.7.3.1. Модель «Лучший сервис для лучших клиентов»
 - 13.7.3.2. Новая CRM-парадигма

13.8. Сегментация и таргетинг клиентов ветеринарных центров

- 13.8.1. Клиентские сегменты и портфели
 - 13.8.1.1. Процесс определения ключевых клиентов в ветеринарных центрах
- 13.8.2. Стратегические преимущества определения ключевых клиентов
- 13.8.3. Самые ценные клиенты

13.9. Клиентский опыт (CX) и пользовательский опыт (UX) в ветеринарных центрах

- 13.9.1. Момент истины
- 13.9.2. Элементы, составляющие клиентский опыт
- 13.9.3. Пользовательский опыт

13.10. Практическое применение клиентского и пользовательского опыта в ветеринарных центрах

- 13.10.1. Стадии
 - 13.10.1.1. Изучение и анализ пользовательского опыта
 - 13.10.1.2. Определение эмпирической платформы
 - 13.10.1.3. Разработка и планирование опыта
 - 13.10.1.4. Структурирование контакта или встречи с клиентами
 - 13.10.1.5. Практическая методология

Модуль 14. Применение маркетинга в ветеринарных центрах

14.1. Маркетинг в ветеринарных центрах

- 14.1.1. Определения
- 14.1.2. Потребности-мотивы покупки
- 14.1.3. Спрос и предложение
- 14.1.4. Эволюция маркетинга
- 14.1.5. Современные компании
- 14.1.6. Современный клиент
- 14.1.7. Лояльность: Маркетинг XXI века

14.2. Что продается в ветеринарных центрах?

- 14.2.1. Продукция
- 14.2.2. Услуги
- 14.2.3. Различия между продуктами и услугами
- 14.2.4. 4 P продуктов
- 14.2.5. 7 P маркетинга сферы услуг

14.3. Услуги-продукты в ветеринарных центрах

- 14.3.1. Пакет услуг
- 14.3.2. Портфель продуктов
- 14.3.3. Как продавать продукцию?
- 14.3.4. Как продавать услуги?
- 14.3.5. Дифференциация - добавленная стоимость
- 14.3.6. Методика CАВЕ
- 14.3.7. Нейромаркетинг и его применение в продажах

14.4. Стоимость услуг и продукции в ветеринарных центрах

- 14.4.1. Значение цены в компании
- 14.4.2. Относительность цены в сфере услуг
- 14.4.3. Как определить цену услуги?
- 14.4.4. Как определить цену продукта?
- 14.4.5. Прайс-лист
- 14.4.6. Как представить цену клиентам?
- 14.4.7. Как правильно отвечать на замечания о высоких ценах?
- 14.4.8. Кривая эластичности спроса и цены
- 14.4.9. Бизнес-модели ценообразования в ветеринарных центрах
- 14.4.10. Как собрать за все оплату и что делать, если это не получается

14.5. Коммуникация с клиентом в ветеринарных центрах

- 14.5.1. Коммуникация с внутренним клиентом: сотрудники
- 14.5.2. Потребность: координация сообщений
- 14.5.3. Многоканальность и омниканальность
- 14.5.4. В зале ожидания
- 14.5.5. Обслуживание по телефону
- 14.5.6. В ходе консультации
- 14.5.7. Напоминание
- 14.5.8. Профилактические кампании по охране здоровья
- 14.5.9. Dr. Google Vet. и его ведение ветеринаром
- 14.5.10. Причины, по которым клиент меняет ветеринара
- 14.5.11. Опросы об удовлетворенности
- 14.5.12. Жалобы в ветеринарных центрах

14.6. Реклама в ветеринарных центрах

- 14.6.1. Каких клиентов я хочу привлечь?
- 14.6.2. В зале ожидания
- 14.6.3. Рекламная продукция
- 14.6.4. Печатные СМИ
- 14.6.5. Цифровые СМИ
- 14.6.6. Прочее

14.7. Кросс-продажи в ветеринарных центрах

- 14.7.1. Что это такое и для чего это нужно?
- 14.7.2. Виды кросс-продаж
- 14.7.3. Как его осуществить?
- 14.7.4. Услуга + услуга
- 14.7.5. Услуга + продукт
- 14.7.6. Продукт + продукт
- 14.7.7. Работа в команде

14.8. Мерчандайзинг

- 14.8.1. Определения
- 14.8.2. Столпы
- 14.8.3. Цели
- 14.8.4. Процесс принятия решения о покупке и типы покупок
- 14.8.5. Экстерьер
 - 14.8.5.1. Фасад
 - 14.8.5.2. Идентичность
 - 14.8.5.3. Дверь
 - 14.8.5.4. Витрина
- 14.8.6. Интерьер
 - 14.8.6.1. Ассортимент
 - 14.8.6.2. Планировка помещения
- 14.8.7. Управление товарными запасами
- 14.8.8. Анимация в точках продаж
 - 14.8.8.1. Внешняя
 - 14.8.8.2. Внутренняя
 - 14.8.8.3. Реклама в местах продаж
 - 14.8.8.4. Продвижение

14.9. Цифровой маркетинг в ветеринарных центрах

- 14.9.1. Общие сведения
- 14.9.2. ROPO-эффект
- 14.9.3. *Blended маркетинг*: офлайн и онлайн
- 14.9.4. Веб-страница ветеринарного центра
- 14.9.5. Ведение социальных сетей для ветеринарных учреждений
 - 14.9.5.1. Facebook
 - 14.9.5.2. Twitter
 - 14.9.5.3. Instagram
 - 14.9.5.4. Каналы YouTube
- 14.9.6. *Маркетинг через электронную рассылку*
- 14.9.7. Инструменты для обмена мгновенными сообщениями

14.10. Инструменты лояльности для клиентов ветеринарных центров

- 14.10.1. Не все клиенты обладают одинаковой ценностью
- 14.10.2. Планы ветеринарного обслуживания
- 14.10.3. Профилактические кампании по охране здоровья
- 14.10.4. Ветеринарное страхование
- 14.10.5. Системы накопления баллов
- 14.10.6. Скидочные купоны
- 14.10.7. Прочее

Модуль 15. Управление кадровыми ресурсами в ветеринарных центрах**15.1. Стратегическое кадровое планирование в ветеринарном учреждении I**

- 15.1.1. Размер команды
- 15.1.2. Компетенции и таланты
- 15.1.3. Роли, обязанности и задачи

15.2. Стратегическое кадровое планирование в ветеринарном учреждении II

- 15.2.1. Анализ и описание должностных обязанностей
- 15.2.2. Задачи, стоящие перед должностью
- 15.2.3. Организационная схема

15.3. Процесс отбора персонала в ветеринарном учреждении I

- 15.3.1. Профили
- 15.2.2. Разработка предложения о работе
- 15.3.3. Прием и отбор резюме

15.4. Процесс отбора персонала в ветеринарном учреждении II

- 15.4.1. Изучение резюме: выявление компетенций, рекомендаций и т.д.
- 15.4.2. Образец собеседования при приеме на работу, основные вопросы
- 15.4.3. Коммуникация с кандидатами

15.5. Набор и начало работы персонала в ветеринарном учреждении

- 15.5.1. Подбор персонала, профессиональные категории
- 15.5.2. Заработная плата
- 15.5.3. Процесс приема

15.6. Обучение персонала ветеринарного центра

- 15.6.1. Цели обучения
- 15.6.2. Внутреннее и внешнее обучение
- 15.6.3. Оценка и экономические аспекты обучения
- 15.6.4. Планы карьерного роста

15.7. Внутренняя коммуникация в ветеринарном учреждении

- 15.7.1. Эффективная коммуникация
- 15.7.2. Инструменты внутренней коммуникации
- 15.7.3. Эффективные совещания

15.8. Оценка эффективности сотрудников ветеринарного центра

- 15.8.1. Важнейшие понятия
- 15.8.2. Установление показателей
- 15.8.3. Модели оценки
- 15.8.4. Внедрение
- 15.8.5. Работа с поощрениями

15.9. Сохранение ценных кадров в ветеринарных центрах

- 15.9.1. Удовлетворенность работой
- 15.9.2. Мотивация
- 15.9.3. Признание и вознаграждение
- 15.9.4. Повышение и продвижение по службе

15.10. Оплата труда персонала в ветеринарных центрах

- 15.10.1. Заработная плата по категориям
- 15.10.2. Фиксированные и переменные выплаты
- 15.10.3. Критерии для установления системы поощрения
- 15.10.4. Виды поощрений: экономические и неэкономические
- 15.10.5. Эмоциональная зарплата

Модуль 16. Лидерство и управленческие навыки, применяемые в ветеринарных центрах

16.1. Необходимые управленческие навыки менеджера ветеринарного центра и/или его владельца

- 16.1.1. Руководство
- 16.1.2. Принятие решений
- 16.1.3. Разрешающая способность
- 16.1.4. Гибкость
- 16.1.5. Самосознание
- 16.1.6. Ассертивность
- 16.1.7. Коммуникация
- 16.1.8. Эмоциональный интеллект

16.2. Лидерство в применении к ветеринарным центрам

- 16.2.1. Характеристики лидера
- 16.2.2. Преимущества лидерства
- 16.2.3. Упражнения для лидеров
- 16.2.4. Делегирование
 - 16.2.4.1. Стратегия делегирования
 - 16.2.4.2. Отбор задач
 - 16.2.4.3. Процесс квалификации
- 16.2.5. Мотивационные собеседования с сотрудниками
 - 16.2.5.1. Метод GROW

16.3. Ведение переговоров для руководства ветеринарного центра

- 16.3.1. Навыки ведения переговоров
- 16.3.2. Типы и стили ведения переговоров
- 16.3.3. Этапы переговоров
 - 16.3.3.1. Подготовка
 - 16.3.3.2. Обсуждение и аргументация
 - 16.3.3.3. Предложение
 - 16.3.3.4. Обмен
 - 16.3.3.5. Закрытие
 - 16.3.3.6. Мониторинг
- 16.3.4. Тактики и техники ведения переговоров
- 16.3.5. Стратегии

16.4. Управление временем руководства ветеринарного центра

- 16.4.1. Не спешить, размышлять, анализировать и принимать решения
- 16.4.2. Понимание внутренних процессов
- 16.4.3. Как расставить приоритеты?
- 16.4.4. Действия
- 16.4.5. Планирование и организация работы
- 16.4.6. Похитители времени

16.5. Как сформировать доверие среди персонала ветеринарного центра?

- 16.5.1. Самодоверие
- 16.5.2. Доверие к другим
- 16.5.3. Конструктивная самокритика
- 16.5.4. Уважение и ответственность
- 16.5.5. Честность
- 16.5.6. Пробы/ошибки

16.6. Управление производительностью для руководителей ветеринарных центров

- 16.6.1. Похитители производительности
- 16.6.2. Метод *Getting Things Done*® (GTD)
 - 16.6.2.1. Основы
 - 16.6.2.2. Сбор
 - 16.6.2.3. Обработка или уточнение
 - 16.6.2.4. Организация
 - 16.6.2.5. Обзор
 - 16.6.2.6. Действие

16.7. Высокоэффективные профессиональные команды в ветеринарных центрах

- 16.7.1. Рабочие группы
- 16.7.2. Характеристики профессиональных команд
- 16.7.3. Преимущества профессиональных высокоэффективных команд
- 16.7.4. Практические примеры

16.8. Выявление и разрешение внутренних конфликтов в ветеринарных центрах

- 16.8.1. Метод пяти пороков профессиональных команд
 - 16.8.1.1. Недоверие
 - 16.8.1.2. Боязнь конфликта
 - 16.8.1.3. Недостаток заинтересованности
 - 16.8.1.4. Избегание ответственности
 - 16.8.1.5. Безразличие к результату
- 16.8.2. Причины неудач в профессиональных командах

16.9. Профилактика внутренней токсичной атмосферы в ветеринарных центрах

- 16.9.1. Здоровая рабочая атмосфера
- 16.9.2. Профилактические меры
 - 16.9.2.1. Создание сплоченной команды руководителей
 - 16.9.2.2. Создание четкости понимания устройства организации
 - 16.9.2.3. Нарочитая четкость и ясность
 - 16.9.2.4. Укрепление четкости и ясности

16.10. Управление изменениями в руководстве ветеринарным центром

- 16.10.1. Аудит ценностей
- 16.10.2. Развитие характера
- 16.10.3. Действия по изменению

Модуль 17. Производственные процессы в ветеринарных центрах**17.1. Введение в производственные процессы в ветеринарных центрах**

- 17.1.1. Концепция бизнес-процесса
- 17.1.2. Введение в бизнес-процессы
- 17.1.3. Графическое отображение процессов
- 17.1.4. Стандартизация процессов
- 17.1.5. Практические примеры процессов в ветеринарных центрах

17.2. Анализ производственных процессов в ветеринарных центрах

- 17.2.1. Система управления процессами
- 17.2.2. Измерение, анализ и совершенствование бизнес-процессов
- 17.2.3. Характеристики хорошо организованного и управляемого процесса

17.3. Продуктивность бизнеса в сфере ветеринарных медицинских центров

- 17.3.1. Фокус на ключевых целях
- 17.3.2. Добавленная ценность, созданная для клиента
- 17.3.3. Анализ стоимости, обеспечиваемой процессами
- 17.3.4. Конкурентоспособность
- 17.3.5. Производительность Анализ убытков и улучшений

17.4. Модели управления бизнесом, применяемые в сфере ветеринарных медицинских центров

- 17.4.1. Традиционное управление массами
- 17.4.2. Управление на основе модели бережливого производства
- 17.4.3. Управление на основе усовершенствованной традиционной модели

17.5. Введение в модель бережливого управления применительно к ветеринарным центрам

- 17.5.1. Основные принципы и характеристики
- 17.5.2. Поток деятельности
- 17.5.3. Система вытягивания или *pull*
- 17.5.4. Поток-*pull*
- 17.5.5. Непрерывное совершенствование

17.6. Неоправданные потери в производственной модели, применяемой к ветеринарным центрам

- 17.6.1. Неоправданные потери, *waste* или MUDA
- 17.6.2. Виды потерь
- 17.6.3. Причины потерь
- 17.6.4. Устранение потерь

17.7. Внедрение модели бережливого управления в ветеринарных центрах I

- 17.7.1. Обусловливание процессов
- 17.7.2. Сбалансированный и гибкий поток- *pull*
- 17.7.3. Переход от традиционной модели к внедрению бережливого производства
- 17.7.4. Первый этап: установление регулярного и бесперебойного потока

17.8. Внедрение модели бережливого управления в ветеринарных центрах II

- 17.8.1. Второй этап: консолидация потока, устранение потерь, обеспечение качества и стандартизация
- 17.8.2. Третий этап: создание потока-*pull*
- 17.8.3. Четвёртый этап: гибкость в темпах производства

17.9. Внедрение модели бережливого управления в ветеринарных центрах III

- 17.9.1. Пятый этап: гибкость в выборе типа продукта
- 17.9.2. Шестой этап: полное внедрение сбалансированного, равномерного и многопродуктового потока- *pull*
- 17.9.3. Седьмой этап: простое управление и контроль

17.10. Инструменты внедрения бережливого производства для ветеринарных центров

- 17.10.1. Карты потока создания стоимости (*Value Stream Map*)
- 17.10.2. А3: анализ новых подходов или проблем, которые необходимо решить

07

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**. Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как *Журнал медицины Новой Англии*.





“

Откройте для себя методику Relearning, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Бизнес-школа ТЕСН использует метод кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С ТЕСН вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Эта программа подготовит вас к решению бизнес-задач в условиях неопределенности и достижению успеха в бизнесе.



Наша программа подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа ТЕСН - интенсивная программа обучения, созданная с нуля для того, чтобы предложить менеджерам задачи и бизнес-решения на самом высоком уровне, на международной арене. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и деловым реалиям.

“ *В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде”*

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает различные дидактические элементы в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

Наша онлайн-система позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптируя его к вашему графику. Вы сможете получить доступ к содержанию с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наша Бизнес-школа - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



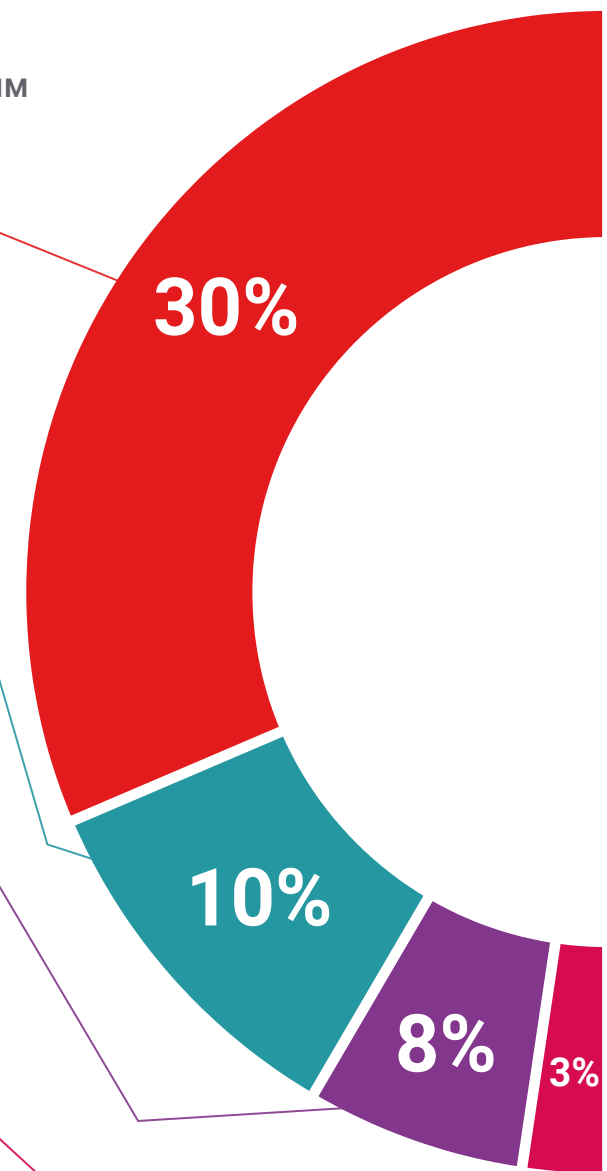
Практика управленческих навыков

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных управленческих компетенций в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых топ-менеджеру в условиях глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами в области высшего менеджмента на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

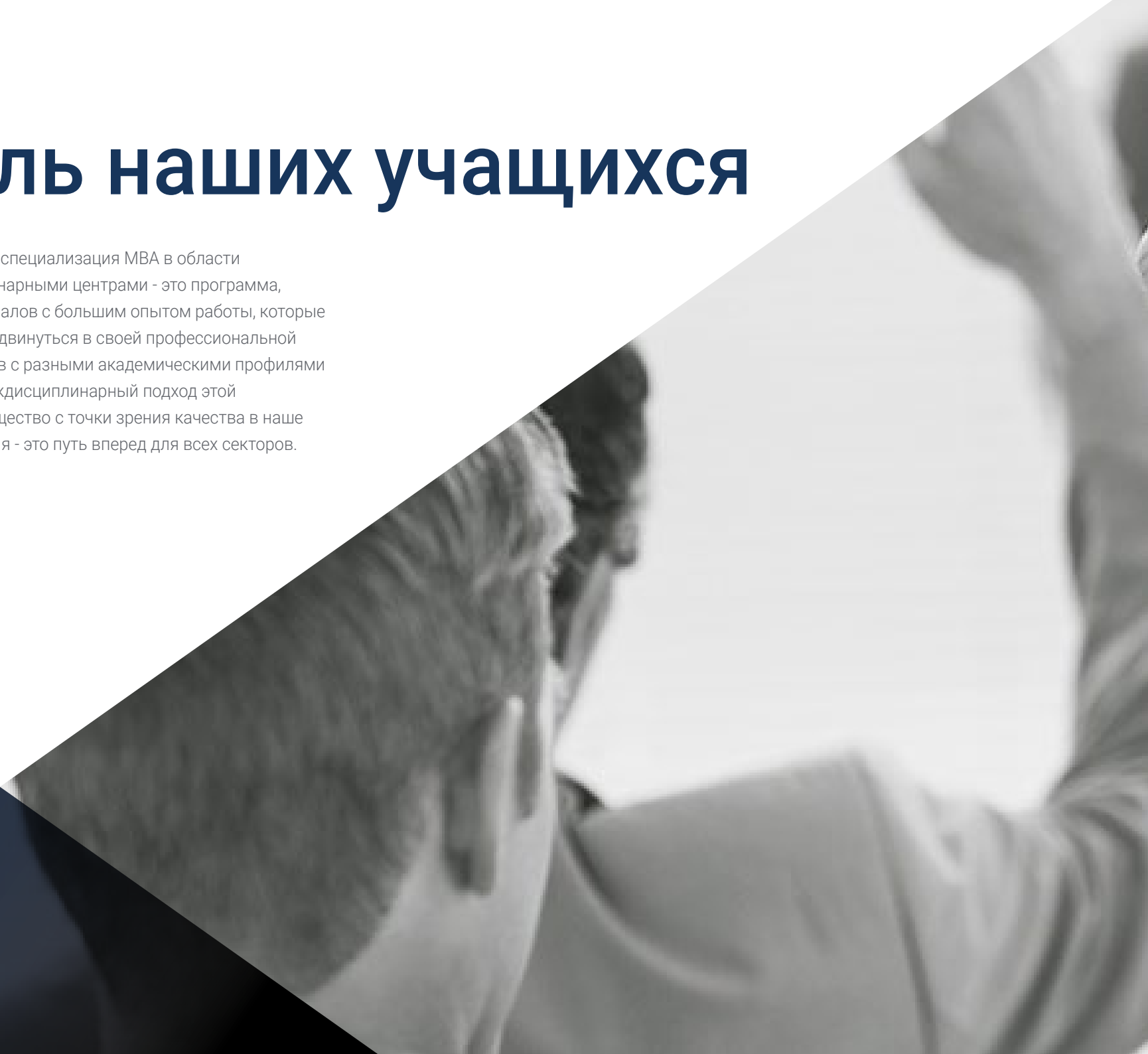
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



08

Профиль наших учащихся

Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами - это программа, предназначенная для профессионалов с большим опытом работы, которые хотят обновить свои знания и продвинуться в своей профессиональной карьере. Разнообразие участников с разными академическими профилями и из разных стран составляет междисциплинарный подход этой программы, что является преимуществом с точки зрения качества в наше время, когда интернационализация - это путь вперед для всех секторов.



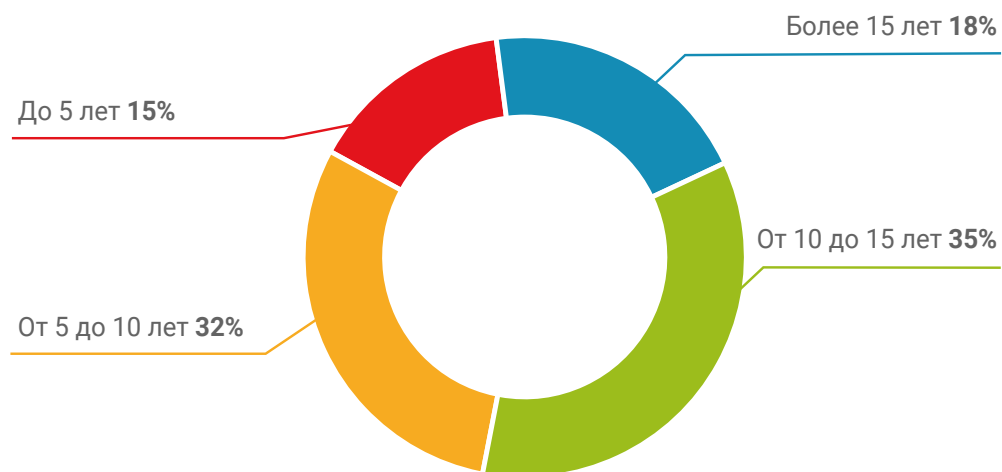
“

Если ты хочешь улучшить свою профессиональную карьеру, не уппусти возможность пройти обучение по этой профессиональной магистерской специализации”

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



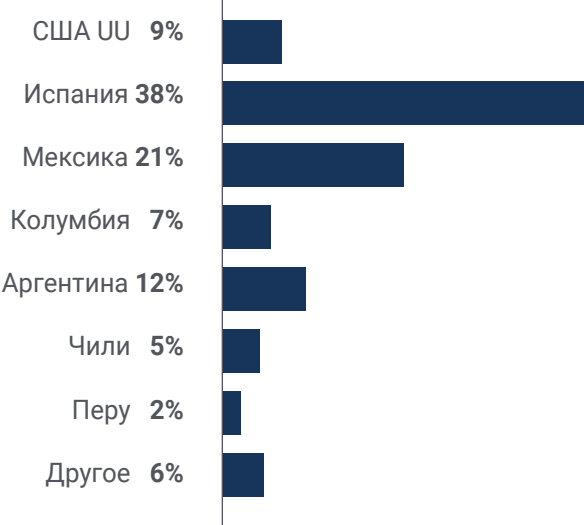
Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Лопес Амелия

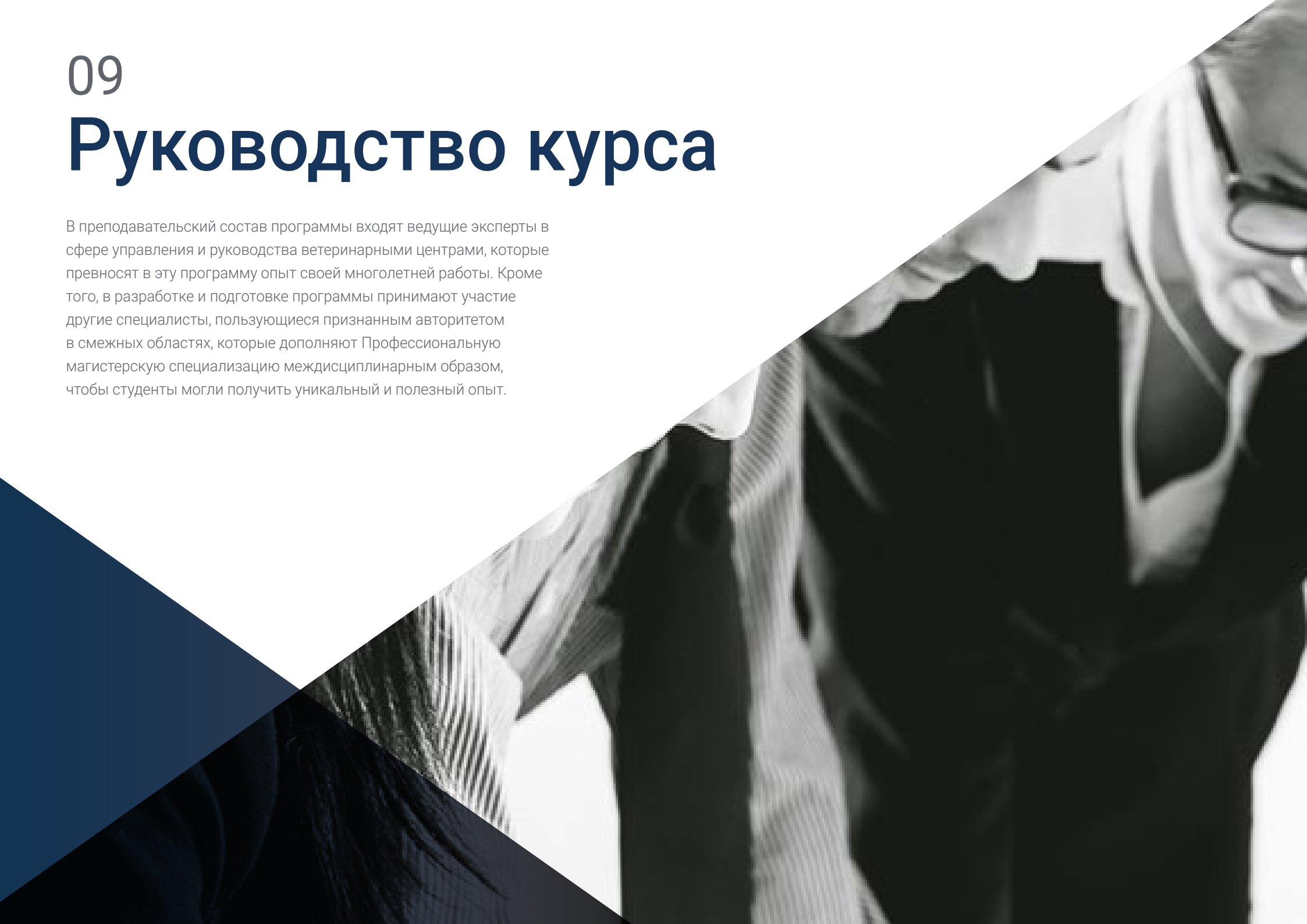
Руководитель ветеринарного центра

"Я всегда хотела управлять собственным ветеринарным центром. Однако, хотя у меня был большой опыт работы в сфере ухода за животными, я чувствовала, что мне не хватает необходимых знаний для создания собственного бизнеса. К счастью, благодаря этой программе я обрела уверенность, необходимую для того, чтобы стать предпринимателем, и сегодня я управляю собственной ветеринарной клиникой"

09

Руководство курса

В преподавательский состав программы входят ведущие эксперты в сфере управления и руководства ветеринарными центрами, которые превносят в эту программу опыт своей многолетней работы. Кроме того, в разработке и подготовке программы принимают участие другие специалисты, пользующиеся признанным авторитетом в смежных областях, которые дополняют Профессиональную магистерскую специализацию междисциплинарным образом, чтобы студенты могли получить уникальный и полезный опыт.



“

Преподавательский состав высокого уровня для обучения профессионалов, стремящихся к совершенству”

Руководство



Г-н Берренече Мартинес, Энрике

- ♦ Степень бакалавра в области ветеринарии Университета Комплутенсе, г. Мадрид (1990 г.), с 2009 года занимается преимущественно управлением ветеринарными центрами, а с 2018 года - исключительно ветеринарными центрами
- ♦ Директор консалтинговой компании VetsPower.com, занимающейся бизнес-консультированием исключительно ветеринарных медицинских центров для домашних животных
- ♦ Тренер для руководителей ветеринарных центров и команд ветеринарных специалистов

Преподаватели

Г-жа Салено, Дэлиа

- ♦ Степень в области ветеринарии, клинической ветеринарии домашних животных
- ♦ Владелица ветеринарного лечебного центра в Пальма-де-Майорке
- ♦ Высший представитель ветеринарного сектора экономики Испании
- ♦ Публикация авторских статей, распространение и исследования в области репродукции животных и цитогенетики

Г-н Вильялуэнга, Хосе Луис

- ♦ Биолог, диплом в области управления маркетингом
- ♦ Магистр в области цифрового маркетинга
- ♦ Магистр в области руководства и управления кадрами
- ♦ Преподаватель кафедры ветеринарной медицины, Университет Альфонсо X Мудрого, Мадрид
- ♦ Генеральный директор компании "Ветеринарная рентабельность"

Г-н Муньос Севилья, Карлос

- ♦ Степень бакалавра в области ветеринарной медицины Университета Комплутенсе в Мадриде (1985-1990 гг.)
- ♦ Степень MBA Университета Хайме I (UJI) (2017-2018 гг.)
- ♦ Преподаватель анестезиологии и управления ветеринарной клиникой в Университете кардинала Эрреры (CEU), с ноября 2011 года по настоящее время.
- ♦ Член AGESVET с момента его основания и до 2018 года
- ♦ Участник разработки и обучения HR-модуля AGESVET

Г-н Мартин Гонсалес, Абель

- ◆ Степень бакалавра в области ветеринарии в Университет Комплутенсе, г. Мадрид (1989 г.)
- ◆ Докторантура без защиты диссертации
- ◆ Профессор, сотрудничающий с Хунтой муниципалитетов Кастилии Ла-Манчи на курсах по управлению животноводческими фермами
- ◆ Конференции по ультразвукографии и репродуктивному контролю, организованные AESLA ("Ассоциация селекционеров породы локон") в разных местах Испании
- ◆ Докладчик на серии конференций по болезням боевых быков, организованных Коллегией ветеринаров Мадрида
- ◆ Конференции по управлению ветеринарными центрами, организованные Группой управления AVEPA
- ◆ Оратор на нескольких национальных конгрессах, организованных AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- ◆ Эксперт INCUAL в составлении проекта профессиональной квалификации "Оказание помощи и санитарной помощи при содержании сельскохозяйственных животных"
- ◆ Ветеринар в свободной клинической практике на животноводческих фермах, в качестве технического директора ферм крупного рогатого скота, овец, лошадей и свиней
- ◆ Технический директор AD SG в Кастилии-Ла-Манче (Испания): Группа по защите здоровья крупного рогатого скота Кастильо-де-Баюэлы, Группа по защите здоровья крупного рогатого скота Ла-Хары, Группа по защите здоровья скота экстенсивного животноводства Бэльвиса, Группа по защите здоровья крупного рогатого скота Лос-Навальморалеса, Группа по защите здоровья скота свиноферм Ла-Хары
- ◆ Технический директор Знака качества мяса Сьерра-де-Сан-Висенте
- ◆ Директор ветеринарного центра "Талавера" и ветеринарной клиники "Веко" в Талавера-де-ла-Рейна (Толедо)
- ◆ Директор клинического ветеринарного госпиталя Талавера
- ◆ Член-основатель CEVE (Испанская конфедерация ветеринарных предприятий), где в настоящее время является вице-президентом
- ◆ Член Комиссии по здравоохранению CEVE и Комиссии по цифровым технологиям CEVE
- ◆ Член нескольких профессиональных ассоциаций национального и международного уровней, таких как AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO и др.
- ◆ Член комиссии по цифровым технологиям CEOE (Конфедерация испанских бизнес-организаций)

Г-н Ротжер Кампинс, Себастиа

- ◆ Инженер высшего разряда в области телекоммуникаций
- ◆ Степень в области навигации и морского транспорта
- ◆ Капитан морского торгового флота
- ◆ Профессиональный инструктор по дайвингу
- ◆ Секретарь Испанской конфедерации ветеринарных предприятий CEVE
- ◆ Руководитель отдела труда, организации и обучения CEVE
- ◆ Секретарь EMVETIB (Предприниматели-ветеринары Балеарских островов)
- ◆ Председатель комиссии по услугам Конфедерации ассоциаций предпринимателей Балеарских островов CAEB
- ◆ Член Исполнительного комитета CAEB
- ◆ Президент Национального комитета по переговорам Коллективного договора ветеринарно-санитарных центров и услуг
- ◆ Менеджер в ветеринарной клинике Veterinari Son Dureta SLP

10

Влияние на карьеру

ТЕСН Технологический университет осознает, что участие в программе с такими характеристиками является большой экономической, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией для студентов. Главной целью осуществления этой большой работы должно быть достижение профессионального роста. По этой причине ТЕСН направляет все свои усилия и инструменты в ваше распоряжение, чтобы вы приобрели необходимые навыки и способности, которые позволят вам добиться этих изменений.



“

*TECH поможет достичь
положительных перемен
в вашей профессии”*

Достигните
желаемых
профессиональных
изменений, пройдя
эту наиполнейшую
академическую
программу.

Готовы ли вы решиться на перемены? Вас ждет отличный профессиональный рост

Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами Технологического университета TESH - это интенсивная программа, которая готовит студентов к преодолению трудностей и принятию бизнес-решений как на национальном, так и на международном уровне. Главная цель - способствовать вашему личностному и профессиональному росту. Мы помогаем вам добиться успеха.

Поэтому те, кто хочет улучшить себя, добиться перемен на профессиональном уровне и общаться с лучшими, найдут свое место в TESH.

Не упустите
возможность пройти
программу повышения
квалификации и
профессионального
совершенствования,
к которому вы
стремитесь.

Время перемен



Что изменится



Повышение заработной платы

Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на 25,22%.



11

Преимущества для вашей компании

Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами способствует повышению уровня организации до его максимального потенциала через специализацию лидеров высокого уровня. Поэтому прохождение этой академической программы позволит вам совершенствоваться не только на личном, но и, прежде всего, на профессиональном уровне, повышая уровень вашей подготовки и улучшая ваши управленческие навыки. Более того, вступление в образовательное сообщество ТЕСН - это уникальная возможность получить доступ к мощной сети контактов, в которой можно найти будущих профессиональных партнеров, клиентов или поставщиков.





“

*Пройдя эту программу, вы
привнесете новое видение
бизнеса в свою компанию”*

Развитие и удержание талантов в компаниях - лучшая долгосрочная инвестиция.

01

Рост талантов и интеллектуального капитала

Руководитель привносит в компанию новые концепции, стратегии и перспективы, которые могут привести к значительным изменениям в организации.

02

Удержание высокопотенциальных менеджеров и предотвращение "утечки мозгов"

Эта программа укрепляет связь между компанией и менеджером и открывает новые возможности для профессионального роста внутри компании.

03

Создание агентов изменений

Вы сможете принимать решения в периоды неопределенности и кризиса, помогая организации преодолеть их.

04

Расширение возможностей для международной экспансии

Эта программа позволит компании установить контакт с основными рынками мировой экономики.



05

Разработка собственных проектов

Вы сможете работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в сфере НИОКР или развития бизнеса вашей компании

06

Повышение конкурентоспособности

Данная Профессиональная магистерская специализация предоставит студентам необходимые навыки студентов, чтобы они могли принимать новые вызовы и тем самым двигать организацию вперед.

12

Квалификация

Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Профессиональной магистерской специализации, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом..



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данная **Специализированная магистратура в области MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами**

Количество учебных часов: **3000 часов**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.



Профессиональная магистерская специализация МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 2 года
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Профессиональная магистерская специализация

МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами

