

Бизнес-магистратура

МВА в области управления ветеринарными центрами

М В А D C V



Бизнес-магистратура МВА в области управления ветеринарными центрами

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/school-of-business/executive-master-degree/master-management-administration-veterinary-centers

Оглавление

01	Добро пожаловать	02	Почему стоит учиться в TECH?	03	Почему именно наша программа?	04	Цели
	<hr/>		<hr/>		<hr/>		<hr/>
	стр. 4		стр. 6		стр. 10		стр. 14
		05	Компетенции	06	Структура и содержание	07	Методология
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 20		стр. 24		стр. 40
		08	Профиль наших учащихся	09	Руководство курса	10	Влияние на карьеру
			<hr/>		<hr/>		<hr/>
			стр. 48		стр. 52		стр. 74
				11	Преимущества для вашей компании	12	Квалификация
					<hr/>		<hr/>
					стр. 78		стр. 82

01

Добро пожаловать

Управление ветеринарной клиникой – сложная задача, поскольку она требует профессионалов, не только хорошо разбирающихся в бизнесе, одной из областей работы, определяющих успех или неудачу центра, но и имеющих ветеринарное образование, способных понимать и участвовать в уходе за животными. Обучение в этой области требует целого ряда навыков, которые в этой комплексной ветеринарной клинике собраны в высококачественную программу, разработанную командой экспертов в этой области.



МВА в области управления ветеринарными центрами
Технологического университета



“

Овладейте самыми передовыми стратегиями в области управления ветеринарными центрами в рамках программы с положительным эффектом для вашей профессиональной карьеры”

02

Почему стоит учиться в ТЕСН?

ТЕСН — это крупнейшая бизнес-школа 100% онлайн-формата в мире. Мы являемся элитной бизнес-школой с образовательной моделью с самыми высокими академическими стандартами. Международный высокопроизводительный центр интенсивного обучения управленческим навыкам.



“

TECH – это передовой технологический университет, который предоставляет все свои ресурсы в распоряжение студентов, чтобы помочь им достичь успеха в бизнесе”

В TECH Технологического университета



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

Чтобы поступить в TECH, не потребуются большие затраты. 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.

100 000+

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 данной программе мы применяем глобальный подход, благодаря которому 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 представляют 20 различных национальностей.



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

03

Почему именно наша програм?

Прохождение программы TECH увеличит ваши шансы 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 по самой гибкой и инновационной образовательной методологии.



“

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 вопросах личного развития, 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

Закрепиться в высшем руководстве предприятия

Обучение в TECH открывает двери в профессиональную среду, 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 из области высшего менеджмента.

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 признанных преподавателей на международной сцене.

04

Цели

Пройдя аттестацию по программе Бизнес-магистратура MBA в области управления ветеринарными центрами, специалист приобретает необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной методологии обучения.



“

*Обучение, необходимое для
успешного руководства
ветеринарной клиникой в рамках
полной, высокоэффективной
образовательной программы”*

Цели студентов — это цели TECH
TECH работает со студентом для их достижения

Программа МВА в области управления ветеринарными центрами научит вас:

01

Создавать специализированные знания о секторе ветеринарных услуг: среда, проблемы и тенденции

04

Усвоить, что это динамичный документ, который должен сопровождать вас в течение всего года

02

Определять потребности в обучении в секторе ветеринарных услуг в меняющихся условиях

03

Выработать методологию разработки годового бизнес-плана

05

Изучить финансовые понятия, необходимые для успешного управления ветеринарным центром



06

Разработать финансовые инструменты для управления ветеринарным центром

08

Разработать эффективную и систематическую методологию для формулирования динамичной и инновационной бизнес-стратегии в ветеринарном центре

09

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

07

Собирать данные, необходимые для создания финансовой информационной панели

10

Предложить методику эффективной работы с клиентами с искаженными эмоциями



11

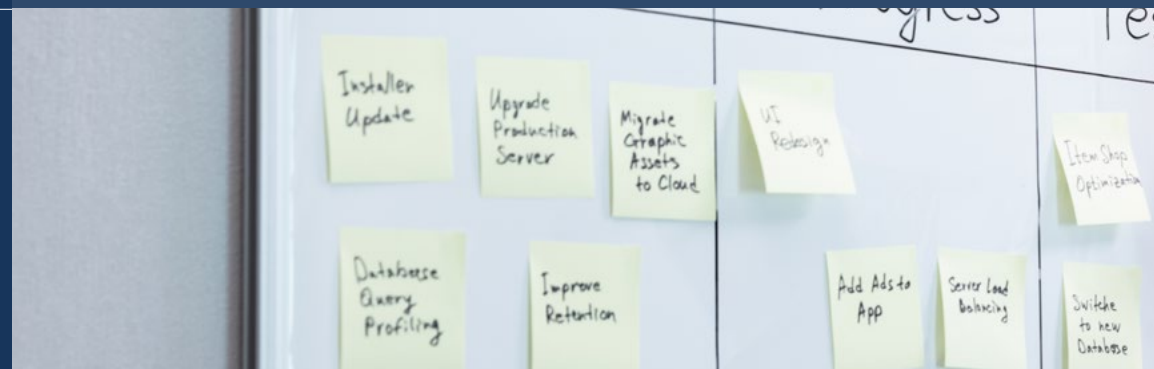
Разработать процессы повышения лояльности клиентов

14

Проанализировать инструменты мерчандайзинга

12

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



13

Усвоить значение перекрестных продаж

15

Изучить согласованность между онлайн и офлайн маркетингом

16

Выработать навыки, необходимые для эффективного управления персоналом

18

Определить организационно-правовую форму создаваемого предприятия с учетом особенностей каждой из них, от компаний до кооперативов партнеров



19

Изучить гражданскую ответственность, которую мы несем в связи с тем, что управляем ветеринарным медицинским центром, для наших работников, применяя коллективный договор, и для клиентов в целом

17

Обучить менеджеров успешно решать конфликты внутри профессиональных команд

05

Компетенции

Пройдя аттестацию по программе Бизнес-магистратура MBA в области управления ветеринарными центрами, специалист приобретает необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной методологии обучения.



“

Освоение этой программы позволит вам приобрести необходимые навыки для успешного управления ветеринарной клиникой”

01

Управлять компаниями в данном секторе наиболее эффективным и результативным способом

02

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

03

Познакомиться с новыми задачами в области общественного здравоохранения, следуя принципам зеленой и устойчивой экономики

04

Провести SWOT-анализ, чтобы понять особенности бизнеса и окружающей среды и суметь воспользоваться преимуществами, которые они дают

05

Осуществлять хозяйственно-финансовое управление деятельности компании

06

Разработать и внедрить соответствующую бизнес-модель для привлечения потенциальных клиентов

07

Научиться оптимально общаться с клиентом, чтобы улучшить его впечатления от посещения ветеринарного центра

10

Руководить компанией, обладая способностью разрешать внутренние конфликты в компании

08

Разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии, улучшающие работу компании

11

Применять модель *Бережливого управления*

09

Глубоко изучить профиль сотрудников компании, чтобы расставить их на наиболее подходящие должности и оценить эффективность их работы

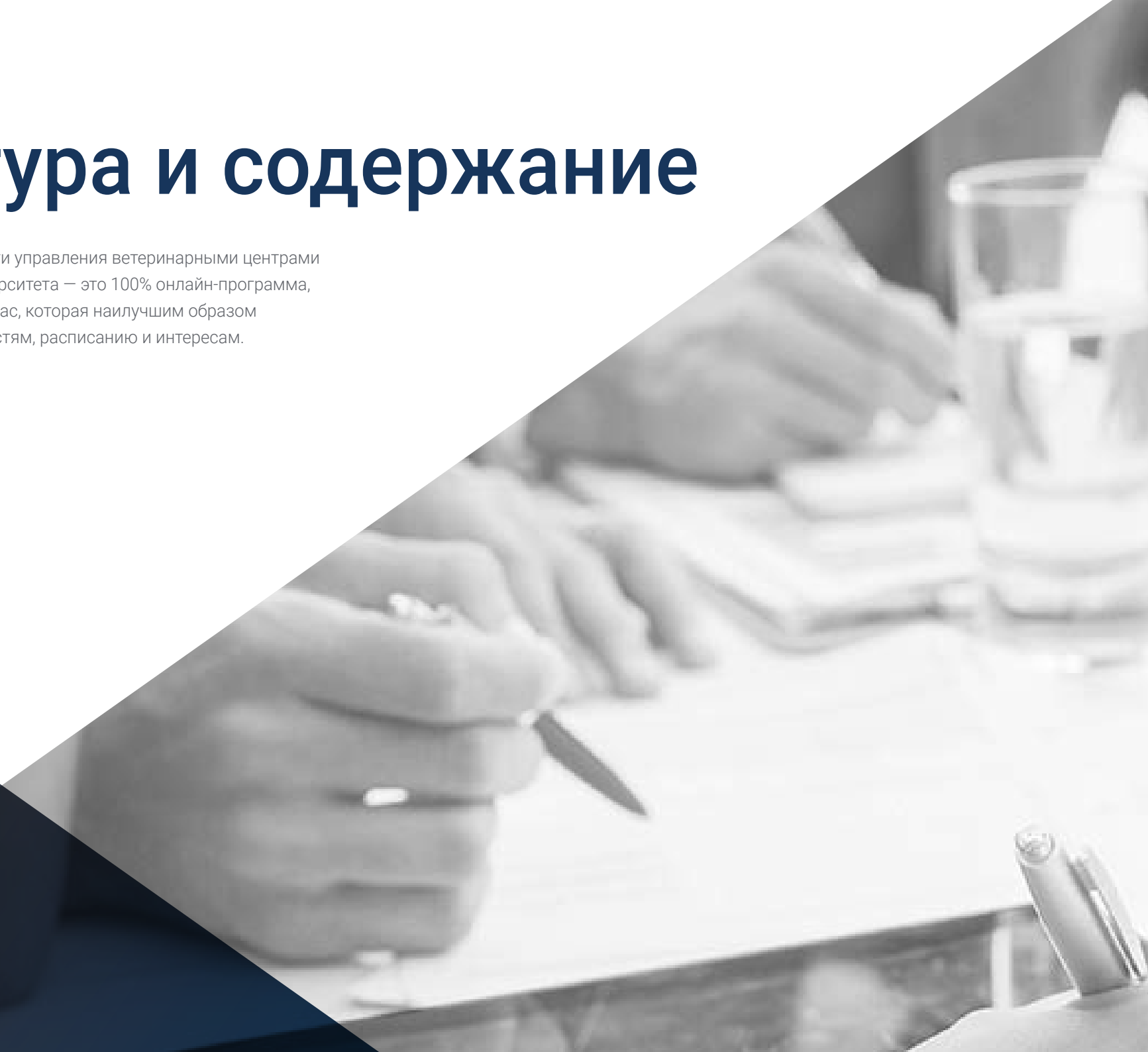
12

Глубоко изучить юридические аспекты, влияющие на работу ветеринарных центров

06

Структура и содержание

Данная программа MBA в области управления ветеринарными центрами от ТЕСН Технологического университета — это 100% онлайн-программа, разработанная специально для вас, которая наилучшим образом соответствует вашим возможностям, расписанию и интересам.



“

*Учебный план, разработанный
для превращения теоретического
обучения в реальные рабочие навыки”*

Учебный план

Эта программа подготовки была создана для того, чтобы студенты получили необходимые знания в этой области интенсивным и эффективным образом. Возможность повысить уровень своей подготовки, пользуясь самым эффективным онлайн-методом на рынке обучения. TECH дает вам возможность внедрить знания в этой области в ваше академическое резюме. Кроме того, благодаря данной учебной программе вы получите доступ к такому способу работы, который полностью совместим с вашей профессиональной или личной жизнью.

На протяжении всей программы в ходе индивидуальной работы будет проанализировано множество практических случаев, что является уникальным способом получения глубоких знаний, которые студенты смогут перенести в свою повседневную работу. Таким образом, вы сможете погрузиться в реальные деловые ситуации.

План, разработанный для студентов, направлен на их профессиональное совершенствование и подготовку к достижению высоких результатов. Программа, которая понимает ваши потребности и потребности вашей бизнеса с помощью благодаря инновационному содержанию, основанному на последних тенденциях, и поддерживается лучшей образовательной методологией и исключительным преподавательским составом, что даст вам навыки творческого и эффективного решения критических ситуаций.

Эта программа рассчитана на 12 месяцев и состоит из 13 модулей:

Модуль 1	Экономический сектор ветеринарных медицинских центров
Модуль 2	Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах
Модуль 3	Финансы, применяемые к ветеринарным центрам
Модуль 4	Бизнес-стратегии и инновации в ветеринарных центрах
Модуль 5	Клиент/пользователь ветеринарных центров
Модуль 6	Маркетинг, применяемый в ветеринарных центрах
Модуль 7	Управление персоналом в ветеринарных центрах
Модуль 8	Навыки лидерства и управления, применяемые в ветеринарных центрах
Модуль 9	Производственные процессы в ветеринарных центрах
Модуль 10	Правовые аспекты и администрирование в ветеринарных центрах
Модуль 11	Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность
Модуль 12	Управление персоналом и талантами
Модуль 13	Исполнительный менеджмент

Где, когда и как учиться?

TECH предлагает вам возможность пройти это обучение полностью в режиме онлайн. В течение 12 месяцев обучения вы сможете в любое время получить доступ ко всему содержанию данной программы, что позволит вам самостоятельно управлять временем на учебу.

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



Модуль 1. Экономический сектор ветеринарных медицинских центров

<p>1.1. Роль домашнего животного в современном обществе</p> <p>1.1.1. Домашние животные и их польза для физического и эмоционального здоровья людей</p> <p>1.1.2. Домашние животные и здоровое развитие несовершеннолетних</p> <p>1.1.3. Домашние животные и здоровое старение</p> <p>1.1.4. Домашние животные и преимущества для сосуществования в обществе</p> <p>1.1.5. Жестокое обращение с животными и его связь с насилием в семейном окружении</p> <p>1.1.6. Животные в контексте терапии и ухода</p>	<p>1.2. Роль компании в современном социальном контексте</p> <p>1.2.1. Корпоративная социальная ответственность</p> <p>1.2.2. Климатическое изменение и «Новый зелёный курс»</p> <p>1.2.3. Цели устойчивого развития (ЦУР) и план на 2030 год</p> <p>1.2.4. Задачи для ветеринарного бизнеса</p>	<p>1.3. Рынок домашних животных</p> <p>1.3.1. Промышленность, розничная торговля и сбыт</p> <p>1.3.2. Услуги</p> <p>1.3.2.1. Клинические ветеринарные услуги</p> <p>1.3.2.2. Услуги дрессировки собак</p> <p>1.3.2.3. Услуги груминга</p> <p>1.3.2.4. Контроль популяций одичавших животных</p> <p>1.3.3. Продажа ветеринарных препаратов</p> <p>1.3.4. Разведение и продажа домашних животных</p> <p>1.3.5. НПО</p>	<p>1.4. Типология ветеринарных медицинских центров и услуг</p> <p>1.4.1. Ветеринарные лечебные центры</p> <p>1.4.2. Ветеринарные медицинские услуги</p> <p>1.4.3. Государственно-частные партнёрские отношения</p>
<p>1.5. Макроэкономическая ситуация в секторе ветеринарных клиник</p> <p>1.5.1. Отраслевая социально-экономическая ситуация</p> <p>1.5.2. Трудовая ситуация в секторе</p>	<p>1.6. Цифровое здравоохранение в ветеринарном секторе</p> <p>1.6.1. Дигитализация ветеринарного сектора</p> <p>1.6.2. Факторы и цифровые инструменты, которые будут способствовать изменениям</p> <p>1.6.3. Факторы, сдерживающие развитие цифровых технологий</p> <p>1.6.4. Цифровые отличительные факторы</p> <p>1.6.5. Текущая ситуация и цифровые вызовы в ветеринарном секторе</p>	<p>1.7. Понятие “Единого здравоохранения”, применяемой в ветеринарных лечебных центрах</p> <p>1.7.1. Общая концепция “Одно здоровье — одно благополучие”</p> <p>1.7.2. Роль клинического ветеринара в “Едином здравоохранении”</p>	<p>1.8. Обучение профессиональных категорий в ветеринарных лечебницах</p> <p>1.8.1. Современный контекст обучения в секторе и реальные потребности ветеринарных лечебницах</p> <p>1.8.2. Непрерывное обучение</p> <p>1.8.3. Двойное обучение</p>
<p>1.9. Отраслевая бизнес-стратегия</p> <p>1.9.1. Деловое партнерство: что это такое, как оно практикуется и для чего оно нужно</p> <p>1.9.2. Проактивное вмешательство в создание нормативных актов, влияющих на сектор</p>	<p>1.10. Время неопределенности, время перемен и рыночных тенденций</p> <p>1.10.1. Работник с новыми понятиями и восприятием</p> <p>1.10.2. Клиент с новыми запросами и потребностями</p> <p>1.10.3. Новые задачи в общественном здравоохранении</p> <p>1.10.4. Новые формы коммуникации</p>		

Модуль 2. Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах**2.1. Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах**

- 2.1.1. Планирование и контроль: две стороны одной медали
- 2.1.2. Зачем и почему нужен план?
- 2.1.3. Кто должен его разрабатывать?
- 2.1.4. Когда это нужно делать?
- 2.1.5. Как его разработать?
- 2.1.6. Нужно ли разрабатывать его в письменной форме?
- 2.1.7. Вопросы, на которые необходимо ответить
- 2.1.8. Разделы бизнес-плана

2.2. Внешний анализ I: обстановка ветеринарных центров

- 2.2.1. Что она должна содержать?
- 2.2.2. Политическая среда
- 2.2.3. Экономическая среда
- 2.2.4. Социальное среда
- 2.2.5. Технологическая среда
- 2.2.6. Экономическая среда
- 2.2.7. Правовая среда

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

- 2.3.1. Клиенты
- 2.3.2. Конкуренция
- 2.3.3. Поставщики
- 2.3.4. Прочее

2.4. Внутренний анализ ветеринарного центра

- 2.4.1. Установки и оборудование
- 2.4.2. Персонал
- 2.4.3. Доходы/Расходы
- 2.4.4. Клиенты
- 2.4.5. Цены
- 2.4.6. Услуги
- 2.4.7. Коммуникация с клиентами
- 2.4.8. Образование
- 2.4.9. Поставщики
- 2.4.10. Конкуренция

2.5. SWOT-анализ, применяемый в ветеринарных центрах

- 2.5.1. Слабые стороны
- 2.5.2. Преимущества
- 2.5.3. Угрозы
- 2.5.4. Возможности
- 2.5.5. Исправление
- 2.5.6. Столкновение
- 2.5.7. Поддержание
- 2.5.8. Эксплуатация

2.6. Цели ветеринарных центров как компаний

- 2.6.1. Что они из себя представляют?
- 2.6.2. Характеристики: S.M.A.R.T
- 2.6.3. Типы

2.7. Бизнес-стратегии в ветеринарных центрах

- 2.7.1. 7 Р маркетинговых услуг
- 2.7.2. Товар – Услуга
- 2.7.3. Цена
- 2.7.4. Распространение
- 2.7.5. Коммуникация
- 2.7.6. Люди
- 2.7.7. Процедуры
- 2.7.8. Испытания

2.8. План действий для стратегии ветеринарного центра

- 2.8.1. Из чего он состоит?
- 2.8.2. Как разработать стратегию?
- 2.8.3. Что следует учитывать в каждом действии?
- 2.8.4. Расстановка приоритетов действий на основе актуальности для бизнеса
- 2.8.5. Планирование

2.9. План контроля и мониторинг бизнес-плана ветеринарного центра

- 2.9.1. Планирование и контроль
- 2.9.2. Что это такое и зачем это нужно?
- 2.9.3. Кто и как должен контролировать?
- 2.9.4. Контроль на основе показателей
- 2.9.5. Принятие решений

2.10. План действий при чрезвычайных ситуациях, применяемый в бизнес-плане ветеринарного центра

- 2.10.1. Что это такое и для чего это нужно?
- 2.10.2. Как реализовывать?
- 2.10.3. Как им пользоваться?

Модуль 3. Финансы, применяемые к ветеринарным центрам

<p>3.1. Расходы и доходы в ветеринарном центре</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1. Постоянные расходы 3.1.2. Переменные расходы 3.1.3. Прямые затраты 3.1.4. Косвенные затраты 3.1.5. Доходы от услуг 3.1.6. Доход от реализации продукции 3.1.7. Валовая маржа 3.1.8. Чистая маржа 3.1.9. Маржа на покупку 3.1.10. Маржа при продаже 	<p>3.2. Подсчет результатов ветеринарного центра</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.2.2. EBITDA 3.2.2. EBIT или BAI 3.2.3. Прибыльность 3.2.4. Производительность 3.2.5. Чистый результат 	<p>3.3. Управление складскими запасами в ветеринарном центре</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.3.1. Себестоимость продаж 3.3.2. Характеристики системы управления запасами 3.3.3. Закупки и контроль запасов 3.3.4. Точка оповещения о запасах 3.3.5. Безопасный запас 3.3.6. Точка повторного заказа 3.3.7. Ротация запасов 	<p>3.4. Коэффициенты в ветеринарном центре. Точка безубыточности</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.4.1. Основные практические ключевые фигуры в ветеринарном центре <ul style="list-style-type: none"> 3.4.1.1. Частота операций 3.4.1.2. Средняя сумма сделки 3.4.1.3. Средние расходы на одного клиента 3.4.1.4. Количество транзакций в день 3.4.1.5. Количество транзакций в год 3.4.2. Понятие точки безубыточности 3.4.3. Перспективный расчет безубыточности 3.4.4. Ретроспективный расчет безубыточности
<p>3.5. Анализ стоимости услуг в ветеринарном центре. Технологические инвестиции</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.5.1. Основы анализа затрат в ветеринарных учреждениях <ul style="list-style-type: none"> 3.5.1.1. Анализ затрат в ветеринарной практике 3.5.1.2. Анализ затрат на другие профессиональные услуги 3.5.2. Расчет экономической эффективности технологических инвестиций 	<p>3.6. Контроль денежных потоков и управление бюджетом в ветеринарных центрах</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.6.1. Основы контроля денежных средств 3.6.2. Инструменты контроля денежных средств 3.6.3. Основы бюджетного управления 3.6.4. Инструменты бюджетного управления 	<p>3.7. Экономическая оценка ветеринарного центра</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.7.1. Основы для экономической оценки ветеринарного центра 3.7.2. Методология для оценки ветеринарного центра 3.7.3. Гудвилл 	<p>3.8. Ключевые показатели управления в ветеринарных центрах</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.8.1. Концепции 3.8.2. Основная информация 3.8.3. Наиболее часто встречающиеся показатели в ветеринарных центрах 3.8.4. Основные показатели человеческих ресурсов 3.8.5. Основные показатели качества обслуживания клиентов 3.8.6. Выбор основных показателей управления
<p>3.9. Система финансовых показателей, применяемых к ветеринарным центрам</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.9.1. Основы системы финансовых показателей 3.9.2. Анализ тенденций и сравнение между периодами 3.9.3. Операции с системой показателей 3.9.4. Интерпретация результатов системы показателей 	<p>3.10. Балансовый отчет в ветеринарном центре</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.10.1. Понятие 3.10.2. Структура балансового отчета 3.10.3. Состав балансового отчета 3.10.4. Оценка активов 3.10.5. Диагностика балансового отчета и подсчет результатов 3.10.6. Анализ балансового отчета 3.10.7. Изучение наиболее интересных коэффициентов балансового отчета 3.10.8. Динамический анализ собственного капитала 3.10.9. Анализ отчета о прибылях и убытках 3.10.10. Показатели подсчета результатов 		

Модуль 4. Бизнес-стратегии и инновации в ветеринарных центрах

4.1. Роль руководителя ветеринарного центра

- 4.1.1. Общее управление
- 4.1.2. Управление человеческими ресурсами
- 4.1.3. Финансовый менеджмент
- 4.1.4. Управление гигиеной труда
- 4.1.5. Управление информационными технологиями
- 4.1.6. Управление маркетингом и продажами
- 4.1.7. Управление обслуживанием клиентов и связи с общественностью
- 4.1.8. Управление изменениями

4.2. Стратегическое планирование в ветеринарных центрах

- 4.2.1. Определения
- 4.2.2. Смысл бизнес-стратегии
- 4.2.3. Стратегический план ветеринарного центра

4.3. Физиологический этап стратегического планирования ветеринарного центра

- 4.3.1. Определение
- 4.3.2. Элементы
 - 4.3.2.1. Миссия
 - 4.3.2.2. Видение
 - 4.3.2.3. Ценности
 - 4.3.2.4. Инструменты
 - 4.3.2.5. Стратегические цели
- 4.3.3. Практические примеры

4.4. Бизнес-модели, применяемые в традиционных ветеринарных центрах

- 4.4.1. Введение
- 4.4.2. Структура ветеринарных центров
- 4.4.3. Услуги
- 4.4.4. Комплектование штата ветеринарного центра

4.5. Исследования для инноваций в ветеринарных учреждениях

- 4.5.1. Концепция инноваций в ветеринарном секторе
- 4.5.2. Стратегия голубого океана, применяемая к ветеринарным центрам
 - 4.5.2.1. Понятие
 - 4.5.2.2. Аналитические инструменты
- 4.5.3. Методология Canvas для инноваций в ветеринарных центрах
 - 4.5.3.1. Описание
 - 4.5.3.2. Операции
- 4.5.4. Формулировка для инноваций в ветеринарных центрах
 - 4.5.4.1. Создание новых идей и синтезис
 - 4.5.4.2. Эпицентры инновации

4.6. Разработка ценностного предложения для клиентов ветеринарных центров

- 4.6.1. Профиль клиента/пользователя ветеринарных центров
- 4.6.2. Карта ценностей
- 4.6.3. Соответствие между ценностным предложением и профилем клиента применительно к ветеринарным центрам

4.7. Создание прототипов инновации, применяемых к ветеринарным центрам

- 4.7.1. Минимально жизнеспособная инновационная система
- 4.7.2. Глобальная оценочная карточка инноваций
- 4.7.3. Оперативный инновационный план

4.8. Типы бизнес-моделей в секторе ветеринарного здравоохранения

- 4.8.1. Дезагрегирование бизнес-моделей
- 4.8.2. «Длинный хвост»
- 4.8.3. Многосторонние платформы
- 4.8.4. Бесплатная бизнес-модель (*Freemium*)
- 4.8.5. Открытые бизнес-модели

4.9. Дизайн-мышление и его применение в ветеринарных центрах

- 4.9.1. Понятие
- 4.9.2. Рекомендации и ключи
- 4.9.3. Инструменты

4.10. Исследования для постоянного улучшения бизнес-стратегии в ветеринарных центрах

- 4.10.1. Мониторинг стратегического плана ветеринарного центра
- 4.10.2. Внедрение улучшений в стратегию ветеринарного центра

Модуль 5. Клиент/пользователь ветеринарных центров

5.1. Обслуживание клиентов в ветеринарных центрах

- 5.1.1. Превосходство в обслуживании клиентов
- 5.1.2. Управление обслуживанием клиентов
- 5.1.3. Комплаенс в ветеринарных центрах как инструмент лояльности

5.2. Личная коммуникация в ветеринарных центрах

- 5.2.1. Практические преимущества коммуникации с клиентами
- 5.2.2. Современная парадигма
- 5.2.3. Потребности клиентов
- 5.2.4. Управление качеством обслуживания клиентов
 - 5.2.4.1. Каналы связи с клиентами
 - 5.2.4.2. Компьютерные системы/базы данных (CRM)
 - 5.2.4.3. Опросы для оценки качества

5.3. Основные коммуникативные навыки для специалистов ветеринарных центров

- 5.3.1. Постановка вопросов в профессиональной коммуникации
- 5.3.2. Умение слушать в профессиональной коммуникации
- 5.3.3. Невербальная коммуникация
- 5.3.4. Вербальная коммуникация
- 5.3.5. Проксемика в ветеринарных центрах

5.4. Эмпатия как фундаментальный навык в XXI веке в отношении с клиентами в ветеринарных центрах

- 5.4.1. Определение и описание
- 5.4.2. Проявление эмпатии
- 5.4.3. Инструменты для работы над эмпатией с клиентами в ветеринарных центрах

5.5. Методология успешного разрешения сложных ситуаций с клиентами ветеринарных центров

- 5.5.1. Четыре основные привычки высокоэффективных клиницистов
- 5.5.2. Характеристики конфликтов между практикующими врачами и их клиентами
- 5.5.3. Методология разрешения сложных ситуаций с клиентами ветеринарных центров
 - 5.5.3.1. Выявление проблемы
 - 5.5.3.2. Определение значения
 - 5.5.3.3. Использование возможностей
 - 5.5.3.4. Установление границ отношений
 - 5.5.3.5. Оказание помощи в решении проблемы
- 5.5.4. Инструмент для улучшения навыков профессиональной коммуникации

5.6. Коммуникация в ветеринарной практике

- 5.6.1. Введение
- 5.6.2. Модель Калгари-Кембридж применительно к ветеринарной практике
 - 5.6.2.1. Подготовительный этап
 - 5.6.2.2. Начало консультации
 - 5.6.2.3. Сбор информации
 - 5.6.2.4. Результаты и планирование
 - 5.6.2.5. Предоставление соответствующей информации
 - 5.6.2.6. Взаимопонимание
 - 5.6.2.7. Завершение консультации
- 5.6.3. Сообщение плохих новостей клиентам ветеринарных центров

5.7. Стратегии работы с клиентами ветеринарного центра

- 5.7.1. Маркетинг взаимоотношений и пользователей ветеринарных центров
- 5.7.2. Основные ожидания клиентов и пользователей ветеринарных центров
- 5.7.3. Управление долгосрочными отношениями с клиентами
 - 5.7.3.1. Модель «Лучшее обслуживание для лучших клиентов»
 - 5.7.3.2. Новая парадигма CRM

5.8. Сегментация и картеризация клиентов в ветеринарном центре

- 5.8.1. Сегменты и портфели клиентов
 - 5.8.1.1. Процесс картеризации в ветеринарных центрах
- 5.8.2. Стратегические преимущества определения ключевых клиентов
- 5.8.3. Наиболее ценные клиенты

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

- 5.9.1. Момент истины
- 5.9.2. Элементы, составляющие клиентский опыт
- 5.9.3. Пользовательский опыт

5.10. Практическое применение клиентского и пользовательского опыта в ветеринарных центрах

- 5.10.1. Стадии
 - 5.10.1.1. Изучение и анализ пользовательского опыта
 - 5.10.1.2. Определение эмпирической платформы
 - 5.10.1.3. Разработка и планирование опыта
 - 5.10.1.4. Структурирование контакта или встречи с клиентами
 - 5.10.1.5. Практическая методология

Модуль 6. Маркетинг, применяемый в ветеринарных центрах**6.1. Маркетинг в ветеринарных центрах**

- 6.1.1. Определения
- 6.1.2. Потребности-мотивы покупки
- 6.1.3. Спрос и предложение
- 6.1.4. Эволюция маркетинга
- 6.1.5. Современные компании
- 6.1.6. Сегодняшний клиент
- 6.1.7. Лояльность: Маркетинг в XXI веке

6.2. Что продается в ветеринарных центрах?

- 6.2.1. Продукция
- 6.2.2. Услуги
- 6.2.3. Различия между продуктами и услугами
- 6.2.4. 4 Р продуктов
- 6.2.5. 7 Р услуг

6.3. Услуги – продукты в ветеринарных центрах

- 6.3.1. Пакет услуг
- 6.3.2. Портфель продуктов
- 6.3.3. Как продавать продукцию?
- 6.3.4. Как продавать услуги
- 6.3.5. Дифференциация – добавленная стоимость
- 6.3.6. Техника САВЕ
- 6.3.7. Нейромаркетинг и его применение в продажах

6.4. Ценообразование на услуги и продукцию в ветеринарных центрах

- 6.4.1. Значение цены в компании
- 6.4.2. Относительность цены в сфере услуг
- 6.4.3. Как установить цены на услугу?
- 6.4.4. Как установить цену на продукт?
- 6.4.5. Прайс-лист
- 6.4.6. Как представить цену клиентам?
- 6.4.7. Как правильно отвечать на замечания о высоких ценах?
- 6.4.8. Кривая эластичности спроса и цены
- 6.4.9. Бизнес-модели ценообразования в ветеринарных центрах
- 6.4.10. Как собрать за все оплату и что делать, если это не получается

6.5. Коммуникация с клиентом в ветеринарных центрах

- 6.5.1. Коммуникация с внутренним клиентом: сотрудники
- 6.5.2. Потребность: координация сообщений
- 6.5.3. Многоканальность и омниканальность
- 6.5.4. В зале ожидания
- 6.5.5. Обслуживание клиентов по телефону
- 6.5.6. В консультационном кабинете
- 6.5.7. Напоминания
- 6.5.8. Профилактические оздоровительные кампании
- 6.5.9. Dr. Google Vet. и управление им ветеринаром
- 6.5.10. Причины, по которым клиент меняет ветеринара
- 6.5.11. Опросы для оценки удовлетворения
- 6.5.12. Жалобы в ветеринарном центре

6.6. Реклама в ветеринарных центрах

- 6.6.1. С какими клиентами я хочу работать?
- 6.6.2. Зал ожидания
- 6.6.3. Рекламные элементы
- 6.6.4. Печатные СМИ
- 6.6.5. Цифровые СМИ
- 6.6.6. Прочее

6.7. Перекрестные продажи в ветеринарных центрах

- 6.7.1. Что это такое и для чего это нужно?
- 6.7.2. Виды перекрестных продаж
- 6.7.3. Как его осуществить?
- 6.7.4. Услуга + услуга
- 6.7.5. Услуга + продукт
- 6.7.6. Продукт + продукт
- 6.7.7. Работа в команде

6.8. Мерчандайзинг

- 6.8.1. Определения
- 6.8.2. Столпы
- 6.8.3. Цели
- 6.8.4. Процесс принятия решения о покупке и виды покупки
- 6.8.5. Экстерьер
 - 6.8.5.1. Фасад
 - 6.8.5.2. Идентичность
 - 6.8.5.3. Дверь
 - 6.8.5.4. Витрина
- 6.8.6. Интерьер
 - 6.8.6.1. Ассортимент
 - 6.8.6.2. Организация пространства
- 6.8.7. Управление запасами
- 6.8.8. Анимация в торговой точке
 - 6.8.8.1. Внешняя
 - 6.8.8.2. Внутренняя
 - 6.8.8.3. Реклама в местах продаж
 - 6.8.8.4. Акции

6.9. Цифровой маркетинг в ветеринарных центрах

- 6.9.1. Общие сведения
- 6.9.2. Эффект ROPO
- 6.9.3. Смешанный маркетинг: офлайн и онлайн
- 6.9.4. Веб-страница ветеринарного центра

6.9.5. Ведение социальных сетей для ветеринарных центров

- 6.9.5.1. Facebook
- 6.9.5.2. Twitter
- 6.9.5.3. Instagram
- 6.9.5.4. Каналы YouTube
- 6.9.6. Email-маркетинг
- 6.9.7. Инструменты для обмена мгновенными сообщениями

6.10. Инструменты лояльности для клиентов ветеринарных центров

- 6.10.1. Не все клиенты имеют одинаковую ценность
- 6.10.2. Планы здоровья
- 6.10.3. Профилактические оздоровительные кампании
- 6.10.4. Ветеринарные страховки

- 6.10.5. Системы накопления баллов
- 6.10.6. Купоны на скидки
- 6.10.7. Прочее

Модуль 7. Управление персоналом в ветеринарных центрах

<p>7.1. Комплектование штата ветеринарного центра</p> <p>7.1.1. Размер команды 7.1.2. Компетенции и таланты 7.1.3. Функции, обязанности и задачи</p>	<p>7.2. Стратегическое кадровое планирование в ветеринарном центре II</p> <p>7.2.1. Анализ и описание должностных обязанностей 7.2.2. Задачи, стоящие перед должностью 7.2.3. Схема организации</p>	<p>7.3. Процесс отбора в ветеринарном центре</p> <p>7.3.1. Профили 7.3.2. Разработка предложения о работе 7.3.3. Прием и отбор резюме</p>	<p>7.4. Процесс отбора в ветеринарном центре II</p> <p>7.4.1. Изучение резюме: выявление компетенций, рекомендаций и т.д. 7.4.2. Образец собеседования при приеме на работу, основные вопросы 7.4.3. Коммуникация с кандидатами</p>
<p>7.5. Набор и прием на работу персонала в ветеринарном центре</p> <p>7.5.1. Набор персонала, профессиональные категории 7.5.2. Начисление заработной платы 7.5.3. Процесс приема</p>	<p>7.6. Подготовка команды ветеринарного центра</p> <p>7.6.1. Цели обучения 7.6.2. Внутреннее и внешнее обучение 7.6.3. Оценка и экономические аспекты подготовки 7.6.4. Планы карьерного роста</p>	<p>7.7. Внутренняя коммуникация в ветеринарном центре</p> <p>7.7.1. Эффективная коммуникация 7.7.2. Инструменты внутренней коммуникации 7.7.3. Эффективные совещания</p>	<p>7.8. Оценка эффективности работы персонала ветеринарного центра</p> <p>7.8.1. Важнейшие понятия 7.8.2. Установление показателей 7.8.3. Модели оценки 7.8.4. Внедрение 7.8.5. Отношения со инструментами поощрения</p>
<p>7.9. Удержание ценного сотрудника в ветеринарных центрах</p> <p>7.9.1. Удовлетворенность работой 7.9.2. Воля 7.9.3. Признание и вознаграждение 7.9.4. Повышение и продвижение по службе</p>	<p>7.10. Оплата труда сотрудников ветеринарных центров</p> <p>7.10.1. Зарботная плата по категориям 7.10.2. Фиксированная и переменная 7.10.3. Критерии для установления системы поощрения 7.10.4. Виды стимулов: экономические и неэкономические 7.10.5. Эмоциональный оклад</p>		

Модуль 8. Навыки лидерства и управления, применяемые в ветеринарных центрах**8.1. Основные управленческие навыки менеджера и/или владельца ветеринарного центра**

- 8.1.1. Руководство
- 8.1.2. Принятие решений
- 8.1.3. Способность решения проблем
- 8.1.4. Гибкость
- 8.1.5. Самосознание
- 8.1.6. Ассертивность
- 8.1.7. Коммуникация
- 8.1.8. Эмоциональный интеллект

8.2. Лидерство, применяемое к ветеринарным центрам

- 8.2.1. Лидерские качества
- 8.2.2. Преимущества лидерства
- 8.2.3. Упражнения лидера
- 8.2.4. Делегация
 - 8.2.4.1. Стратегия делегирования
 - 8.2.4.2. Отбор задач
 - 8.2.4.3. Процесс включения
- 8.2.5. Мотивационные интервью с сотрудниками
 - 8.2.5.1. Метод GROW/MAPA

8.3. Переговоры для руководства ветеринарного центра

- 8.3.1. Навыки ведения переговоров
- 8.3.2. Типы и стили ведения переговоров
- 8.3.3. Этапы переговоров
 - 8.3.3.1. Подготовка
 - 8.3.3.2. Обсуждение и аргументация
 - 8.3.3.3. Предложение
 - 8.3.3.4. Обмен
 - 8.3.3.5. Закрытие
 - 8.3.3.6. Мониторинг
- 8.3.4. Тактики и техники ведения переговоров
- 8.3.5. Стратегии

8.4. Управление временем руководителя ветеринарного центра

- 8.4.1. Замедление, размышление, анализ и принятие решений
- 8.4.2. Инсайдерские знания
- 8.4.3. Как расставить приоритеты?
- 8.4.4. Действовать
- 8.4.5. Планировать и организовывать
- 8.4.6. Похитители времени

8.5. Как сформировать доверие среди персонала ветеринарного центра?

- 8.5.1. Уверенность в себе
- 8.5.2. Доверие к другим
- 8.5.3. Конструктивная самокритика
- 8.5.4. Уважение и ответственность
- 8.5.5. Честность
- 8.5.6. Проба/ошибка

8.6. Управление производительностью менеджера ветеринарного центра

- 8.6.1. Воры продуктивности
- 8.6.2. Метод *Getting Things Done*® (GTD)
 - 8.6.2.1. Основы
 - 8.6.2.2. Сбор или захват
 - 8.6.2.3. Обработка или уточнение
 - 8.6.2.4. Организация
 - 8.6.2.5. Пересмотр
 - 8.6.2.6. Создание

8.7. Высокоэффективные профессиональные команды в ветеринарных центрах

- 8.7.1. Рабочие группы
- 8.7.2. Характеристики профессиональных команд
- 8.7.3. Преимущества высокоэффективных профессиональных команд
- 8.7.4. Практические примеры

8.8. Определение и разрешение внутренних конфликтов в ветеринарных центрах

- 8.8.1. Метод пяти дисфункций профессиональных команд
 - 8.8.1.1. Отсутствие доверия
 - 8.8.1.2. Страх перед конфликтом
 - 8.8.1.3. Отсутствие обязательств
 - 8.8.1.4. Избегание ответственности
 - 8.8.1.5. Незаинтересованность в результатах
- 8.8.2. Причины неудач в профессиональных командах

8.9. Профилактика внутренней токсичности в ветеринарных центрах

- 8.9.1. Организационное здоровье
- 8.9.2. Профилактические меры
 - 8.9.2.1. Создание сплоченной команды руководителей
 - 8.9.2.2. Создание ясности в организации
 - 8.9.2.3. Чрезмерная коммуникация ясности
 - 8.9.2.4. Усиление ясности

8.10. Управление изменениями в управлении ветеринарными центрами

- 8.10.1. Аудит убеждений
- 8.10.2. Развитие характера
- 8.10.3. Действия по изменению

Модуль 9. Производственные процессы в ветеринарных центрах

9.1. Введение в производственные процессы продукты в ветеринарных центрах

- 9.1.1. Понятие делового процесса
- 9.1.2. Введение в деловые процессы
- 9.1.3. Графическое отображение процессов
- 9.1.4. Нормализация процессов
- 9.1.5. Практические примеры процессов в ветеринарных центрах

9.2. Анализ производственных процессов в ветеринарных центрах

- 9.2.1. Система управления процессами
- 9.2.2. Измерение, анализ и улучшение бизнес-процессов
- 9.2.3. Характеристики хорошо направленного и управляемого процесса

9.3. Продуктивность бизнеса в секторе ветеринарного здравоохранения

- 9.3.1. Фокус на ключевых целях
- 9.3.2. Добавленная стоимость, созданная для клиента
- 9.3.3. Анализ ценности, обеспечиваемой процессами
- 9.3.4. Конкурентоспособность
- 9.3.5. Производительность. Анализ потерь и улучшений

9.4. Модели управления бизнесом, применяемые в секторе ветеринарных медицинских центров

- 9.4.1. Традиционное массовое управление
- 9.4.2. Управление, основанное на бережливой модели
- 9.4.3. Управление, основанное на усовершенствованное традиционной модели

9.5. Представить модель бережливого управления, применимую к ветеринарному центру

- 9.5.1. Основные принципы и качества
- 9.5.2. Поток деятельности
- 9.5.3. Система вытягивания или *pull*
- 9.5.4. Поток-*pull*
- 9.5.5. Непрерывное совершенствование

9.6. Расточительность в производственной модели применительно к ветеринарным центрам

- 9.6.1. Неоправданные потери, waste или MUDA
- 9.6.2. Виды отходов
- 9.6.3. Причины возникновения отходов
- 9.6.4. Ликвидация отходов

9.7. Внедрение модели бережливого управления в ветеринарных центрах I

- 9.7.1. Кондиционирование процессов
- 9.7.2. Сбалансированный и гибкий поток-*pull*
- 9.7.3. Переход от традиционной модели к внедрению бережливого управления
- 9.7.4. Первый этап: создание регулярного и бесперебойного потока

9.8. Внедрение модели бережливого управления в ветеринарных центрах II

- 9.8.1. Второй этап: консолидация потока, устранение отходов, обеспечение качества и стандартизация операций
- 9.8.2. Третий этап: создание потока-*pull*
- 9.8.3. Четвертый этап: гибкость темпов производства

9.9. Внедрение модели бережливого управления в ветеринарных центрах III

- 9.9.1. Пятый этап: гибкость в типе продукции
- 9.9.2. Шестой этап: полное внедрение сбалансированного, равномерного и многопродуктового потока-*pull*
- 9.9.3. Седьмой этап: простое управление и контроль

9.10. Инструменты внедрения бережливого управления в ветеринарных центрах

- 9.10.1. Карта потока создания ценности (*Value Stream Map*)
- 9.10.2. А3: анализ новых подходов или проблем для решения

Модуль 10. Правовые аспекты и администрирование в ветеринарных центрах**10.1. Организационно-правовые формы компаний в секторе ветеринарных медицинских центров**

- 10.1.1. В соответствии с типом ответственности
- 10.1.2. В соответствии с количеством партнеров
- 10.1.3. В соответствии с социальным капиталом

10.2. Защита данных в ветеринарном центре

- 10.2.1. Протоколы действий
- 10.2.2. Протоколы обработки данных
- 10.2.3. Протоколирование действий
- 10.2.5. Нормативная отчетность
- 10.2.6. Ответственный за контроль данных

10.3. Гигиена труда в ветеринарных центрах

- 10.3.1. Психосоциальные риски
- 10.3.2. Эргономические риски
- 10.3.3. Биологические риски
- 10.3.4. Химические риски
- 10.3.5. Физические риски
- 10.3.6. Техника безопасности и охрана труда

10.4. Ветеринарная профессиональная этика и профессиональная деонтология

- 10.4.1. Кодекс этических ценностей
- 10.4.2. основополагающие принципы этики
- 10.4.3. Профессиональные обязанности
- 10.4.4. Благополучие животных и жестокое обращение с ними

10.5. Гражданская ответственность при осуществлении деятельности в ветеринарных лечебных центрах

- 10.5.1. Понятие
- 10.5.2. Случаи наступления гражданско-правовой ответственности ветеринарного врача
- 10.5.3. Ответственность вследствие вины или небрежности
- 10.5.4. Гражданский процесс

10.6. Управление задолженностями и непоплаченными долгами в ветеринарных центрах

- 10.6.1. Документы, подтверждающие задолженность
- 10.6.2. Отсрочки и финансирование взыскания задолженности
- 10.6.3. Коммуникация с должниками
- 10.6.4. Производство по платежным поручениям

10.7. Управление закупками в ветеринарных центрах

- 10.7.1. Бюджет
- 10.7.2. Управление платежами
- 10.7.3. Финансирование и отсрочки платежей

10.8. Телефонное общение с клиентами ветеринарных центров

- 10.8.1. Протоколы телефонной коммуникации
- 10.8.2. Коммуникация с клиентами
- 10.8.3. Внутренняя коммуникация и реестр звонков

Модуль 11. Лидерство, этика и корпоративная социальная ответственность

11.1. Глобализация и руководство

- 11.1.1. Руководство и корпоративное управление
- 11.1.2. Основы корпоративного управления в компаниях
- 11.1.3. Роль совета директоров в рамках корпоративного управления

11.2. Кросс-культурный менеджмент

- 11.2.1. Концепция *кросс-культурного менеджмента*
- 11.2.2. Вклад в познание национальных культур
- 11.2.3. Управление разнообразием

11.3. Устойчивость

- 11.3.1. Устойчивость и устойчивое развитие
- 11.3.2. Повестка дня на 2030 год
- 11.3.3. Устойчивые предприятия

11.4. Корпоративная социальная ответственность

- 11.4.1. Международное измерение корпоративной социальной ответственности
- 11.4.2. Реализация корпоративной социальной ответственности
- 11.4.3. Влияние и измерение корпоративной социальной ответственности

11.5. Системы и инструменты ответственного управления

- 11.5.1. КСО: Корпоративная социальная ответственность
- 11.5.2. Ключевые вопросы реализации стратегии ответственного управления
- 11.5.3. Шаги по внедрению системы управления корпоративной социальной ответственностью
- 11.5.4. Инструменты и стандарты КСО

11.6. Транснациональные компании и права человека

- 11.6.1. Глобализация, многонациональные компании и права человека
- 11.6.2. Транснациональные компании и международное право
- 11.6.3. Правовые инструменты для транснациональных корпораций в области прав человека

11.7. Правовое регулирование и корпоративное управление

- 11.7.1. Международные стандарты импорта и экспорта
- 11.7.2. Интеллектуальная и промышленная собственность
- 11.7.3. Международное трудовое право

Модуль 12. Управление персоналом и талантами

12.1. Стратегическое управление персоналом

- 12.1.1. Стратегическое управление и человеческие ресурсы
- 12.1.2. Стратегическое управление персоналом

12.2. Управление человеческими ресурсами на основе компетенций

- 12.2.1. Анализ потенциала
- 12.2.2. Политика вознаграждения
- 12.2.3. Планирование карьеры/повышения

12.3. Инновации в управлении талантами и людьми

- 12.3.1. Модели стратегического управления талантами
- 12.3.2. Выявление, обучение и развитие талантов
- 12.3.3. Лояльность и удержание
- 12.3.4. Проактивность и инновации

12.4. Воля

- 12.4.1. Природа мотивации
- 12.4.2. Теория ожиданий
- 12.4.3. Теории потребностей
- 12.4.4. Мотивация и финансовое вознаграждение

12.5. Управленческая коммуникация

- 12.5.1. Внутренняя и внешняя коммуникация в бизнесе
- 12.5.2. Департаменты коммуникации
- 12.5.3. Менеджер по связям с общественностью компании. Профиль менеджера по коммуникациям

12.6. Производительность, привлечение, удержание и активизация талантов

- 12.6.1. Производительность
- 12.6.2. Рычаги привлечения и удержания талантов

Модуль 13. Исполнительный менеджмент**13.1. Общий менеджмент**

- 13.1.1. Концепция общего менеджмента
- 13.1.2. Действия генерального директора
- 13.1.3. Генеральный директор и его функции
- 13.1.4. Трансформация работы менеджмента

13.2. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней

- 13.2.1. Менеджер и его функции. Организационная культура и подходы к ней

13.3. Управление операциями

- 13.3.1. Важность управления
- 13.3.2. Цепочка создания стоимости
- 13.3.3. Управление качеством

13.4. Публичные выступления и тренинги для пресс-секретарей

- 13.4.1. Межличностная коммуникация
- 13.4.2. Коммуникативные навыки и влияние
- 13.4.3. Барьеры коммуникации

13.5. Инструменты личной и организационной коммуникации

- 13.5.1. Межличностная коммуникация
- 13.5.2. Инструменты межличностной коммуникации
- 13.5.3. Коммуникация в организации
- 13.5.4. Инструменты в организации

13.6. Кризисная коммуникация

- 13.6.1. Кризис
- 13.6.2. Фазы кризиса
- 13.6.3. Сообщения: содержание и моменты

13.7. Подготовка кризисного плана

- 13.7.1. Анализ потенциальных проблем
- 13.7.2. Планирование
- 13.7.3. Адекватность персонала

13.8. Эмоциональный интеллект

- 13.8.1. Эмоциональный интеллект и коммуникация
- 13.8.2. Ассертивность, эмпатия и активное слушание
- 13.8.3. Самооценка и эмоциональная коммуникация

13.9. Личный брендинг

- 13.9.1. Стратегии личного брендинга
- 13.9.2. Законы личного брендинга
- 13.9.3. Инструменты для создания личного бренда

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 TECH - 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.



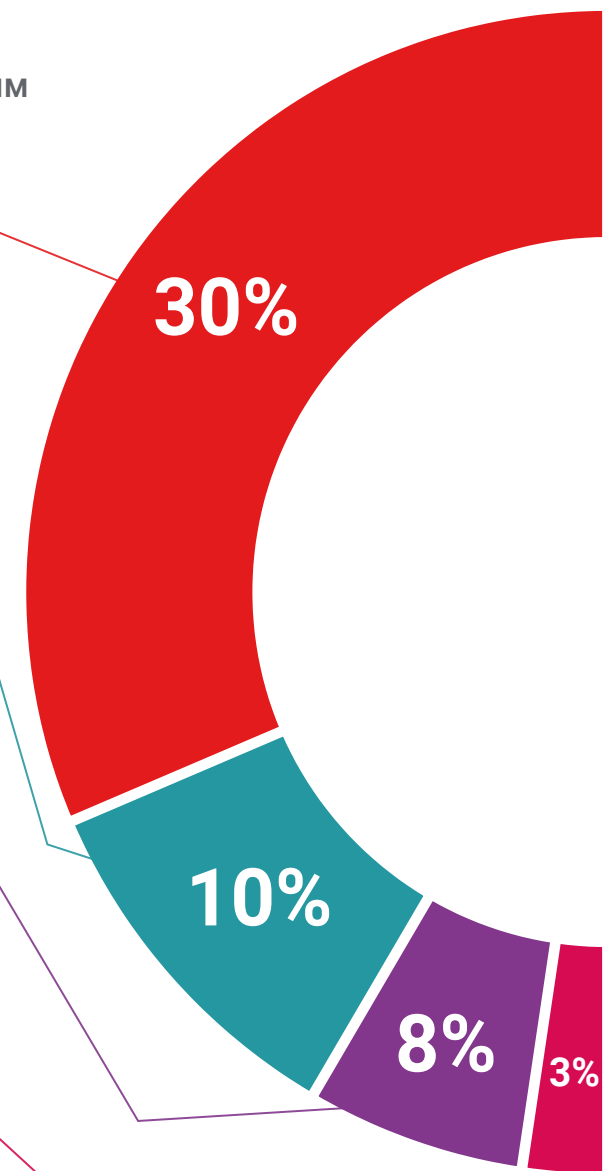
Практика управленческих навыков

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

Программа ТЕСН предназначена для профессионалов, которые хотят участвовать в руководстве ветеринарными клиниками, квалифицированно разбираясь во всех необходимых аспектах для высокоэффективной работы.





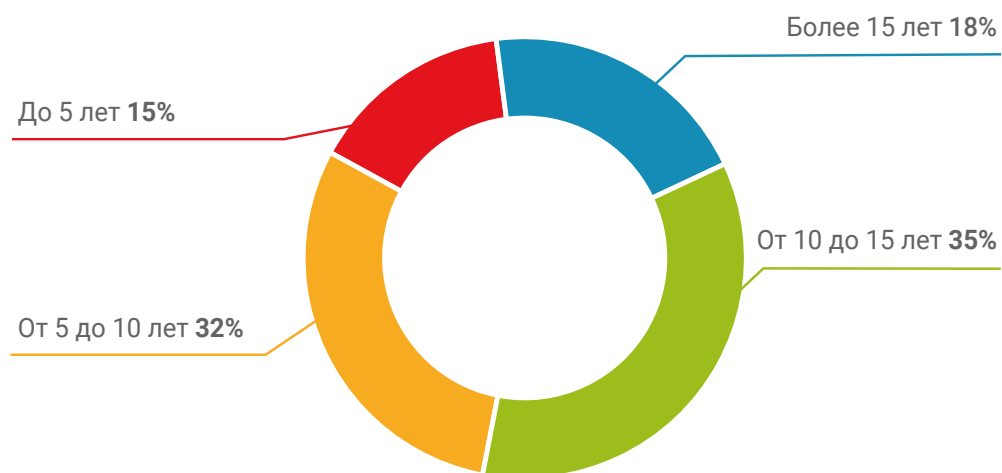
“

Если вы хотите добиться интересного улучшения своей профессиональной карьеры, продолжая работать, то эта программа для вас”

Средний возраст

В возрасте от **35** до **45** лет

Годы практики



Образование



Академический профиль



Географическое распределение



Амелия Лопес

Руководитель ветеринарного центра

"Мое образование в области маркетинга и менеджмента требовало повышения квалификации в этой сфере, чтобы иметь возможность работать в управлении ветеринарной клиникой, что было моей карьерной целью. Эта программа стала решением на этот запрос, и вскоре после ее окончания я получила должность в ветеринарной клинике, тем самым исполнив свою профессиональную мечту"

09

Руководство курса

В преподавательский состав программы входят ведущие эксперты в сфере управления ветеринарными центрами, которые привносят в эту программу опыт своей многолетней работы. Кроме того, в разработке и подготовке программы принимают участие другие специалисты, пользующиеся авторитетом в смежных областях, которые дополняют программу MBA в области управления ветеринарными центрами на междисциплинарной основе, что делает ее уникальным и очень полезным опытом на академическом уровне для студента.



“

У нас самая лучшая команда преподавателей, которая позволит вам быть в курсе самых важных практик для управления ветеринарными центрами”

Приглашенный международный руководитель

Обладая более чем 20-летним опытом создания и руководства глобальными командами по привлечению талантов, Дженнифер Дав является экспертом в области технологического рекрутинга и стратегии. На протяжении своей карьеры она занимала руководящие должности в нескольких технологических организациях в компаниях из списка **Fortune 50**, включая **NBCUniversal** и **Comcast**. Ее послужной список позволил ей добиться успеха в конкурентной среде с высокими темпами роста.

В качестве вице-президента по привлечению талантов в **Mastercard** она отвечает за стратегию и реализацию программы привлечения талантов, сотрудничая с бизнес-лидерами и отделом кадров для достижения операционных и стратегических целей найма. В частности, она стремится создать **разнообразные, инклюзивные и высокопроизводительные команды**, которые будут способствовать инновациям и росту продуктов и услуг компании. Кроме того, она является экспертом в использовании инструментов для привлечения и удержания лучших специалистов со всего мира. Она также отвечает за **усиление бренда** и ценностного предложения **Mastercard** через публикации, мероприятия и социальные сети.

Дженнифер Дав демонстрирует свою приверженность постоянному профессиональному развитию, активно участвуя в работе сетей HR-специалистов и принимая участие в принятии на работу большого количества сотрудников в различных компаниях. Получив степень бакалавра в области **организационных коммуникаций** в Университете Майами, она занимала руководящие должности в сфере рекрутинга в компаниях различных направлений.

Она получила признание за способность руководить организационными преобразованиями, внедрять технологии в процессы подбора персонала и разрабатывать программы для руководителей, которые готовят учреждения к предстоящим испытаниям. Она также успешно реализовала оздоровительные программы, которые значительно повысили удовлетворенность сотрудников и их удержание.



Г-жа. Дав, Дженнифер

- Вице-президент по привлечению талантов в Mastercard, Нью-Йорк, США
- Директор по привлечению талантов, NBCUniversal Media, Нью-Йорк, США
- Руководитель отдела по подбору персонала в Comcast
- Директор по подбору персонала в Rite Hire Advisory
- Исполнительный вице-президент, отдел продаж в Ardor NY Real Estate
- Директор по подбору персонала в Valerie August & Associates
- Исполнительный директор по работе с клиентами в BNC
- Менеджер по работе с клиентами в Vault
- Степень бакалавра в области организационных коммуникаций в Университете Майами

“

Уникальный, ключевой и решающий опыт обучения, который поможет вам повысить свой профессиональный уровень”

Приглашенный международный руководитель

Технологический лидер с десятилетним опытом работы в крупнейших технологических транснациональных корпорациях, Рик Готьер добился значительных успехов в области облачных услуг и комплексного совершенствования процессов. Он признан как лидер и руководитель высокоэффективных команд, проявляя природный талант к обеспечению высокого уровня вовлеченности своих сотрудников.

Он — прирожденный стратег и руководитель инноваций, разрабатывает новые идеи и подкрепляет свой успех качественными данными. Его опыт работы в Amazon позволил ему управлять и интегрировать ИТ-услуги компании в США. В Microsoft он руководил командой из 104 человек, отвечая за обеспечение корпоративной ИТ-инфраструктуры и поддержку отделов разработки продуктов по всей компании.

Этот опыт позволил ему выделиться как высокоэффективному руководителю с замечательными способностями повышать эффективность, производительность и общую удовлетворенность клиентов.



Г-н. Готьер, Рик

- Региональный руководитель отдела ИТ-Amazon, Сиэтл
- Старший менеджер программ в Amazon
- Вице-президент в компании Wimmer Solutions
- Старший директор производственно-технических служб в Microsoft
- Диплом в области кибербезопасности в Western Governors University
- Технический сертификат по коммерческому дайвингу от Технологического института дайверов
- Диплом в области экологических исследований в Государственном колледже Эвергрин



Воспользуйтесь возможностью узнать о последних достижениях в этой области, чтобы применить их в своей повседневной практике"

Приглашенный международный руководитель

Роми Арман - известный международный эксперт с более чем двадцатилетним опытом работы в области цифровой трансформации, маркетинга, стратегии и консалтинга. На протяжении всей своей карьеры он не раз шел на риск и постоянно выступал за инновации и изменения в бизнес-среде. Благодаря этому опыту он работал с руководителями компаний и корпоративных организаций по всему миру, подталкивая их к отходу от традиционных бизнес-моделей. Благодаря этому он помог таким компаниям, как Shell, стать настоящими лидерами рынка, ориентированными на своих клиентов и цифровой мир.

Стратегии, разработанные Арманом, имеют скрытый эффект, поскольку позволили нескольким корпорациям улучшить опыт потребителей, сотрудников и акционеров. Успех этого эксперта можно оценить с помощью таких осязаемых показателей, как CSAT, вовлеченность сотрудников в работу учреждений, в которых он работал, и рост финансового показателя EBITDA в каждом из них.

Кроме того, в своей профессиональной карьере он возвращал и возглавлял высокоэффективные команды, которые даже получали награды за свой трансформационный потенциал. В частности, в Shell он всегда стремился решить три задачи: удовлетворить сложные требования клиентов по декарбонизации, поддержать “экономически эффективную декарбонизацию” и перестроить фрагментированный ландшафт данных, цифровых и технологических. Таким образом, его усилия показали, что для достижения устойчивого успеха необходимо исходить из потребностей потребителей и закладывать основы для трансформации процессов, данных, технологий и культуры.

С другой стороны, руководитель выделяется своим мастерством в области применения искусственного интеллекта в бизнесе, по которому он имеет диплом аспирантуры Лондонской школы бизнеса. В то же время он накопил опыт в области IoT и Salesforce.



Г-н. Арман, Роми

- Директор по цифровой трансформации (CDO) в энергетической корпорации Shell, Лондон, Великобритания
- Глобальный руководитель отдела электронной коммерции и обслуживания клиентов в энергетической корпорации Shell
- Национальный менеджер по работе с ключевыми клиентами (автомобильные производители комплектующих и розничные продавцы) в компании Shell в Куала-Лумпуре, Малайзия
- Старший консультант по вопросам управления (сектор финансовых услуг) в компании Accenture в Сингапуре
- Степень бакалавра Университета Лидса
- Диплом последипломного образования по применению искусственного интеллекта в бизнесе для руководителей высшего звена от Лондонской школы бизнеса
- Сертификация профессионалов в области клиентского опыта CCXP
- Курс по цифровой трансформации для руководителей от IMD

“

Вы хотите обновить свои знания на самом высоком образовательном уровне? TECH предлагает вам самое актуальное содержание на академическом рынке, разработанное подлинными экспертами международного уровня”

Приглашенный международный руководитель

Мануэль Аренс – опытный специалист по управлению данными и руководитель высококвалифицированной команды. На самом деле Аренс занимает должность менеджера по глобальным закупкам в подразделении технической инфраструктуры и центров обработки данных компании Google, где он провел большую часть своей карьеры. Работая в Маунтин-Вью, штат Калифорния, он предлагал решения операционных проблем технологического гиганта, таких как целостность основных данных, обновление данных о поставщиках и определение приоритетов поставщиков. Он руководил планированием цепочки поставок для центров обработки данных и оценкой рисков поставщиков, обеспечивая совершенствование процессов и управление рабочими процессами, что привело к значительной экономии средств.

За более чем десятилетний опыт работы в области цифровых решений и руководства компаниями различных отраслей он обладает обширным опытом во всех аспектах предоставления стратегических решений, включая маркетинг, медиа-аналитику, измерение и атрибуцию. За свою работу он получил несколько наград, в том числе премию за лидерство в области BIM, премию за лидерство в области поиска, премию за программу генерации экспортных лидов и премию за лучшую модель продаж в EMEA.

Аренс также занимал должность менеджера по продажам в Дублине, Ирландия. На этой должности он расширил команду от 4 до 14 человек за три года и руководил отделом продаж, добиваясь результатов и хорошо взаимодействуя друг с другом и межфункциональными командами. Он также работал старшим отраслевым аналитиком в Гамбурге, Германия, создавая сюжетные линии для более чем 150 клиентов с использованием внутренних и сторонних инструментов для поддержки анализа. Разрабатывал и писал углубленные отчеты, демонстрирующие его мастерство в данной области, включая понимание макроэкономических и политических/нормативных факторов, влияющих на внедрение и распространение технологий.

Он также руководил группами в таких компаниях, как Eaton, Airbus и Siemens, где приобрел ценный опыт работы с клиентами и управления цепочками поставок. Его особенно отмечают за то, что он постоянно превосходит ожидания, выстраивая ценные отношения с клиентами и беспрепятственно работая с людьми на всех уровнях организации, включая заинтересованные стороны, руководство, членов команды и клиентов. Его подход, основанный на использовании данных, и способность разрабатывать инновационные и масштабируемые решения отраслевых задач сделали его выдающимся лидером в своей области.



Г-н. Аренс, Мануэль

- Старший менеджер по аналитике и технологиям B2B в Google, США
- Менеджер по продажам в Google, Ирландия
- Старший отраслевой аналитик в Google, Германия
- Менеджер по работе с клиентами в Google, Ирландия
- Accounts Payable в Eaton, Великобритания
- Менеджер по цепочке поставок в Airbus, Германия

“

Выбирайте TECH! Вы сможете получить доступ к лучшим дидактическим материалам, находящимся на переднем крае технологий и образования и реализуемым всемирно признанными специалистами в этой области”

Приглашенный международный руководитель

Андреа Ла Сала - опытный руководитель отдела маркетинга, чьи проекты оказали значительное влияние на модную среду. На протяжении своей успешной карьеры он решал различные задачи, связанные с продуктом, мерчендайзингом и коммуникациями. Все это связано с такими престижными брендами, как Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein и другими.

Результаты работы этого высокопоставленного руководителя международного уровня связаны с его доказанной способностью синтезировать информацию в четкие схемы и осуществлять конкретные действия в соответствии с конкретными бизнес-целями. Кроме того, его признают за проактивность и адаптацию к быстро меняющемуся рабочему ритму. Ко всему этому он добавляет сильную коммерческую осведомленность, видение рынка и искреннюю страсть к продукции.

В качестве директора по глобальному бренду и мерчендайзингу Giorgio Armani он курировал различные маркетинговые стратегии в области одежды и аксессуаров. Его тактика также была направлена на изучение розничной торговли и потребностей и поведения потребителей. В этой роли Ла Сала также отвечал за формирование маркетинга продукции на различных рынках, выступая в качестве руководителя групп в отделах дизайна, коммуникаций и продаж.

С другой стороны, в таких компаниях, как Calvin Klein или Gruppo Coin, он занимался проектами, направленными на развитие структуры, разработки и маркетинга различных коллекций. Он также отвечал за создание эффективных календарей для кампаний по покупке и продаже. Он также отвечал за условия, стоимость, процессы и сроки доставки различных операций.

Благодаря этому опыту Андреа Ла Сала стал одним из лучших и наиболее квалифицированных корпоративных лидеров в сфере моды и роскоши. Благодаря высокому управленческому потенциалу ему удалось эффективно реализовать позитивное позиционирование различных брендов и переопределить их ключевые показатели эффективности (KPI).



Г-н. Ла Сала, Андреа

- ♦ Менеджер по глобальному бренду и мерчендайзингу Armani Exchange в Giorgio Armani, Милан, Италия
- ♦ Директор по мерчендайзингу в Calvin Klein
- ♦ Ответственный за марку в Gruppo Coin
- ♦ Бренд-менеджер в Dolce&Gabbana
- ♦ Бренд-менеджер в Sergio Tacchini S.p.A.
- ♦ Аналитик рынка в Fastweb
- ♦ Степень бакалавра бизнеса и экономики в Восточном университете Пьемонта

“

Самые квалифицированные и опытные международные специалисты ждут вас в TECH, чтобы предложить вам первоклассное обучение, обновленное и основанное на последних научных данных. Чего вы ждете, чтобы поступить?”

Приглашенный международный руководитель

Мик Грам является ярким примером инноваций и передового опыта в области бизнес-аналитики на международном уровне. Его успешная карьера связана с руководящими должностями в таких транснациональных корпорациях, как Walmart и Red Bull. Он также известен своей способностью определять новые технологии, которые в долгосрочной перспективе окажут долгосрочное влияние на корпоративную среду.

С другой стороны, руководитель считается пионером в использовании методов визуализации данных, которые упрощали сложные массивы, делая их доступными и облегчая принятие решений. Это умение стало основой его профессионального профиля, превратив его в желанного сотрудника для многих организаций, делающих ставку на сбор информации и выработку конкретных действий на ее основе.

Одним из его самых выдающихся проектов последних лет стала платформа Walmart Data Safe - крупнейшая в мире платформа для анализа больших данных, созданная на основе облачных технологий. Кроме того, он занимал должность директора по бизнес-аналитике в компании Red Bull, охватывая такие сферы, как продажи, дистрибуция, маркетинг и управление цепочками поставок. Недавно его команда была отмечена за постоянные инновации в использовании нового API Walmart Luminate для анализа покупателей и каналов сбыта.

Что касается образования, то руководитель имеет несколько магистерских и аспирантских степеней, полученных в таких престижных центрах, как Университет Беркли в США и Копенгагенский университет в Дании. Благодаря постоянному повышению квалификации эксперт добился передовых компетенций. Таким образом, он стал считаться прирожденным лидером новой глобальной экономики, в центре которой - стремление к данным и их безграничным возможностям.



Г-н. Грам, Мик

- Директор по бизнес-анализу и аналитике в Red Bull, Лос-Анджелес, США
- Архитектор решений в области бизнес-аналитики для Walmart Data Cafe
- Независимый консультант по бизнес-аналитике и науке о данных
- Директор по бизнес-аналитике в Cargemini
- Старший аналитик в Nordea
- Главный консультант по бизнес-аналитике в SAS
- Образование для руководителей в области искусственного интеллекта и машинного обучения в Инженерном колледже Калифорнийского университета в Беркли
- Executive MBA в области электронной коммерции в Копенгагенском университете
- Бакалавр и магистр математики и статистики в Копенгагенском университете



Учитесь в лучшем онлайн-университете мира по версии Forbes! В рамках этой программы MBA вы получите доступ к обширной библиотеке мультимедийных ресурсов, разработанных всемирно известными преподавателями”

Приглашенный международный руководитель

Скотт Стивенсон - выдающийся специалист по цифровому маркетингу, более 19 лет проработавший в одной из самых влиятельных компаний индустрии развлечений, **Warner Bros. Discovery**. На этой должности он курировал логистику и творческие процессы на различных цифровых платформах, включая социальные сети, поиск, показ и линейные медиа.

Его руководство сыграло решающую роль в разработке стратегий производства платных медиа, что привело к заметному улучшению показателей конверсии в компании.

В то же время он занимал и другие должности, такие как директор по маркетинговым услугам и менеджер по трафику в той же транснациональной компании во время своего предыдущего руководства.

Стивенсон также участвовал в глобальной дистрибуции видеоигр и кампаниях по продаже цифровой недвижимости. Он также отвечал за внедрение операционных стратегий, связанных с формированием, завершением и доставкой звукового и графического контента для телевизионных рекламных роликов и трейлеров.

Кроме того, он получил степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды и степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете, что свидетельствует о его мастерстве в области коммуникации и повествования. Кроме того, он участвовал в Школе профессионального развития Гарвардского университета в передовых программах по использованию искусственного интеллекта в бизнесе. Таким образом, его профессиональный профиль является одним из самых актуальных в современной сфере маркетинга и цифровых медиа.



Г-н. Стивенсон, Скотт

- Директор по цифровому маркетингу в Warner Bros. Discovery, Бербанк, США
- Менеджер по трафику в Warner Bros. Entertainment
- Степень магистра в области творческого письма в Калифорнийском университете
- Степень бакалавра в области телекоммуникаций в Университете Флориды

“

Достигайте своих академических и профессиональных целей вместе с самыми квалифицированными специалистами в мире! Преподаватели MBA проведут вас через весь процесс обучения”

Приглашенный международный руководитель

Доктор Эрик Найквист - ведущий международный профессионал в области спорта, построивший впечатляющую карьеру, отмеченную его стратегическим лидерством и способностью управлять изменениями и инновациями в спортивных организациях высшего уровня.

Он занимал такие высокие должности, как **директор по коммуникациям и влиянию в NASCAR**, расположенном во **Флориде, США**. Имея за плечами многолетний опыт работы в NASCAR, доктор Найквист также занимал ряд руководящих должностей, в том числе старшего вице-президента по стратегическому развитию и генерального директора по коммерческим вопросам, управляя более чем десятком направлений - от стратегического развития до маркетинга развлечений.

Найквист также внес значительный вклад в развитие ведущих спортивных франшиз Чикаго. Будучи исполнительным вице-президентом клубов Чикаго Буллз и Чикаго Уайт Сокс, он продемонстрировал свою способность добиваться делового и стратегического успеха в мире профессионального спорта.

Наконец, он начал свою карьеру в спорте, работая в Нью-Йорке в качестве старшего стратегического аналитика Роджера Гуделла в Национальной футбольной лиге (НФЛ), а до этого - в качестве стажера-юриста в Федерации футбола США.



Д-р. Найквист, Эрик

- Директор по коммуникациям и влиянию, NASCAR, Флорида, США
- Старший вице-президент по стратегическому развитию NASCAR
- Вице-президент NASCAR по стратегическому планированию
- Старший директор по деловым вопросам в NASCAR
- Исполнительный вице-президент по франшизам Чикаго Уайт Сокс
- Исполнительный вице-президент, франшиза Чикаго Буллз
- Менеджер по бизнес-планированию в Национальной футбольной лиге (НФЛ)
- Стажер по деловым вопросам/юриспруденции в Федерации футбола США
- Доктор юриспруденции Чикагского университета
- Магистр делового администрирования-MBA в Школе бизнеса Бута Чикагского университета
- Бакалавр международной экономики Карлтонского колледжа

“

Благодаря этой 100% онлайн-программе вы сможете совмещать учебу с повседневными обязанностями, пользуясь помощью ведущих международных экспертов в интересующей вас области. Записывайтесь сейчас!"

Руководство



Д-р Беренче Мартинес, Энрике

- ♦ Директор консалтинговой компании VetsPower.com, занимающейся бизнес-консультированием исключительно ветеринарных лечебных центров для животных-компаньонов
- ♦ Вице-президент провинциальной ассоциации работодателей ветеринарного сектора Аликанте AEVA и казначей Конфедерации ассоциаций работодателей ветеринарного сектора Испании (CEVE)
- ♦ Соучредитель рабочей группы AVEPA по управлению и администрированию (GGA)
- ♦ Опыт ведения собственного бизнеса Основатель и владелец ветеринарного центра Amic в Аликанте
- ♦ Степень бакалавра ветеринарной медицины в Университете Комплутенсе в Мадриде
- ♦ Автор книг по управлению бизнесом в ветеринарных центрах "¿Quién se ha llevado mi centro veterinario?" ("Кто забрал мой ветеринарный центр?") и "Я нашел свой ветеринарный центр!"
- ♦ Соавтор двух книг и автор отдельных глав в других изданиях по подготовке ассистентов ветеринарных клиник (ACV)
- ♦ Спикер различных курсов и семинаров по управлению бизнесом ветеринарных центров, как очных, так и онлайн, как в Испании, так и за рубежом

Преподаватели

Г-н Вильялуэнга, Хосе Луис

- Соучредитель и генеральный директор компании Rentabilidad Veterinaria
- Консультант по управлению бизнесом и маркетингу ветеринарных центров
- Генеральный директор ACALANTHIS COMUNICACION Y ESTRATEGIAS SL
- Степень бакалавра в области биологических наук Мадридского университета Комплутенсе
- Степень магистра в области цифрового маркетинга, EAE и Университет Барселоны
- Степень магистра в области управления и руководства кадровым ресурсом, EAE и Университет Барселоны
- Доцент факультета ветеринарной медицины Университета Альфонсо X Мудрого, Мадрид

Д-р Мартин Гонсалес, Абель

- Директор ветеринарного центра Талавера и ветеринарной клиники Veso в Талавера-де-ла-Рейна (Толедо)
- Технический директор ADSG в Кастилии Ла-Манча (Испания): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- Директор Marca de Calidad de Carne (Знака качества мяса) Сьерра-де-Сан-Висенте
- Степень бакалавра ветеринарной медицины в Университете Комплутенсе в Мадриде
- Вице-президент и член-учредитель CEVE (Испанская конфедерация ветеринарного бизнеса)
- Президент и член-основатель CEVE-CLM (Ветеринарная конфедерация Кастилии—Ла-Манчи)
- Член нескольких национальных и международных профессиональных ассоциаций, таких как AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO
- Член комиссии по цифровым технологиям CEOE (Конфедерация испанских бизнес-организаций)

Д-р Муньос Севилья, Карлос

- Ветеринарный врач службы анестезиологии
- Заведующий отделением анестезиологии Ветеринарная больница Valencia Sur
- Директор ветеринарной клиники San Francisco
- Степень бакалавра ветеринарной медицины в Университете Комплутенсе в Мадриде
- Степень MBA Университета Хайме I (UJI)
- Участник разработки и обучения модуля AGESVET по управлению персоналом

Г-жа Наварро Феррер, Мария Хосе

- Психолог, специализирующийся на проведении семинаров для компаний и частных организаций
- Степень бакалавра в области психологии, Университет Валенсии (UV)
- Степень магистра в области клинической психологии CTMC Valencia
- Последипломное образование в области социальной геронтологии, Университет Валенсии
- Последипломное образование в области Mindfulness и психотерапии, Институт непрерывного образования IL3 - Университет Барселоны
- Преподаватель в области организаций мероприятий для местных служб занятости: Persones i Empreses de Barcelona

Г-н Альбуиксеч Мартинес, Мигель

- Член экономического направления CEVE (Испанская конфедерация ветеринарного бизнеса)
- Секретарь AVETVAL (Ассоциация ветеринарного бизнеса Валенсии)
- Вице-президент AGESVET (Ассоциация ветеринарного менеджмента)
- Координатор сектора Levante для EGA (Совещания по управлению AGESVET)
- Степень бакалавра в области администрирования и управления компаниями, Университет Валенсии
- Степень магистра в области управления человеческими ресурсами ADEIT

Д-р Салено, Делия

- Директор ветеринарного центра Son Dureta
- Президент CEVE Balears
- Член совета директоров СЕОЕ Представитель ветеринарного сектора
- Вице-президент Испанской конфедерации ветеринарных предприятий (CEVE)
- Исследования в докторантуре Университет сельскохозяйственных наук и ветеринарной медицины Клуж-Напока (Румыния)
- Степень бакалавра в области ветеринарии Университета сельскохозяйственных наук и ветеринарной медицины Клуж-Напока (Румыния)
- Диплом о повышении квалификации в клинике мелких животных
- Исследовательская степень в области цитогенетики Университета Кордовы с исследованием по бесплодию лошадей
- Квалификационный курс в качестве оценщика в процедурах аккредитации профессиональных компетенций ввиду опыта работы в сельскохозяйственной профессиональной среде
- Кандидат наук постдокторантуры кафедры репродукции животных, факультет ветеринарной медицины, Клуж-Напока, Румыния
- Кандидат наук постдокторантуры кафедры генетики в Университете Кордовы





Гн Ротжер Кампинс, Себастиа

- ♦ Секретарь ассоциации ветеринаров Балеарских островов EMVETIB
- ♦ Секретарь Испанской конфедерации ветеринарного бизнеса CEVE
- ♦ Руководитель департамента труда, организации и обучения CEVE
- ♦ Секретарь ассоциации ветеринаров Балеарских островов EMVETIB
- ♦ Президент комиссии по услугам Конфедерации бизнес-ассоциаций Балеарских островов CAEB
- ♦ Член Исполнительного комитета CAEB
- ♦ Президент Национального комитета по переговорам Коллективного договора о ветеринарных медицинских центрах и услугах
- ♦ Управляющий ветеринарной клиникой Veterinari Son Dureta SLP
- ♦ Инженер высшего разряда в области телекоммуникаций
- ♦ Степень бакалавра в области мореплавания и морского транспорта
- ♦ Капитан торгового флота

Гн Вильчес Саес, Хосе Висенте

- ♦ Руководитель проекта - CursoACV
- ♦ Руководитель учебной платформы - Cursoveterinaria.es
- ♦ Руководитель проекта - Duna Formación
- ♦ Руководитель отдела продаж - Gesvílsa
- ♦ Менеджер в Formación Professional Duna, SL
- ♦ Комьюнити-менеджер
- ♦ Управление секретариатом - AGESVET
- ♦ Руководитель отдела продаж в Испании - ProvetCloud
- ♦ Технический менеджер по продажам - Guerrero Coves
- ♦ Степень бакалавра в области управление бизнесом Grupo Método

10

Влияние на карьеру

ТЕСН осознает, что обучение по программе такого рода является крупной финансовой, профессиональной и, конечно же, личной инвестицией. 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.



“

Мы предоставляем в ваше распоряжении все наши ресурсы, чтобы помочь вам достичь профессиональных изменений, которые вы ищете”

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

Благодаря данной программе студент сможет значительно продвинуться в своей профессии, хотя, несомненно, придется сделать инвестиции в различные сферы, такие как финансовая, профессиональная и личная. Цель, однако, состоит в том, чтобы улучшить свою профессиональную жизнь, а для этого необходимо бороться.

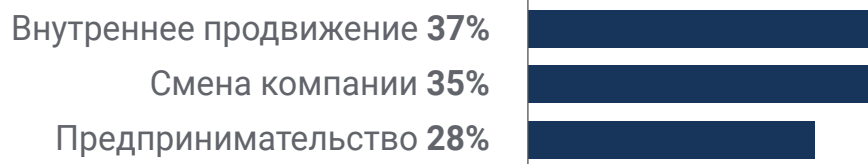
Благодаря данной программе вы получите большое количество предложений по работе, с которыми вы сможете начать свой профессиональный рост.

Программа даст вам возможность работать в ветеринарных клиниках и больницах, обладая высочайшими управленческими навыками.

Время перемен



Что изменится



Повышение заработной платы

Прохождение этой программы означает для наших студентов повышение заработной платы более чем на **25%**



11

Преимущества для вашей компании

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





“

Предложите стратегическое видение вашей компании, которое позволит ей войти в число лучших ветеринарных клиник современности”

Развитие и удержание талантов в компаниях – лучшая долгосрочная инвестиция.

01

Рост талантов и интеллектуального капитала

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

02

Удержание руководителей с высоким потенциалом и избежание "утечки мозгов"

Эта программа укрепляет связь между компанией и специалистом 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

Профессионал может работать над реальным проектом или разрабатывать новые проекты в области НИОКР или развития бизнеса своей компании.

06

Повышение конкурентоспособности

Данная программа предоставит специалистам необходимые навыки, чтобы они могли решать новые задачи и тем самым двигать организацию вперед.

12

Квалификация

Бизнес-магистратура MBA в области управления ветеринарными центрами гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Бизнес-магистратура, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

*Успешно пройдите эту программу
и получите диплом университета
без сложной бумажной волокиты”*

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

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Бизнес-магистратура** выданный **TECH Технологическим университетом**.

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

Диплом: **Бизнес-магистратура MBA в области управления ветеринарными центрами**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



*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.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Технологии

Знания Настоящее Качество

Веб обучение ветеринарными центрами

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Бизнес-магистратура
MBA в области управления
ветеринарными центрами

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Бизнес-магистратура

МВА в области управления
ветеринарными центрами

