

Certificat Avancé

Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires





Certificat Avancé Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/veterinaire/diplome-universite/diplome-universite-strategies-commerciales-centres-veterinaires

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 24

06

Diplôme

page 32

01

Présentation

Les professionnels vétérinaires sont des personnes qui visent l'excellence dans le traitement clinique des animaux dont ils s'occupent. Cependant, pendant des années, la formation à la gestion des entreprises dans ce domaine a été quelque peu oubliée. Pour combler ce manque de formation, TECH a créé ce Certificat Avancé en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires, qui vous permettra de mener votre gestion vers le succès.



“

Les professionnels vétérinaires doivent posséder un haut niveau d'expertise en gestion d'entreprise pour assurer la réussite de leur entreprise.

La stratégie d'entreprise est le processus par lequel une organisation recherche un avantage concurrentiel durable. Son objectif est d'essayer d'assurer la survie de l'entreprise, tout en réalisant son succès, entendu comme l'obtention d'un profit économique, dans un contexte commercial. Dans la grande majorité des cas, les réalisations qui conduisent au succès ne sont pas le fruit du hasard ou de la simple inertie, mais relèvent d'une stratégie préalablement planifiée et exécutée selon cette planification, souvent avec des corrections intermédiaires pour corriger les écarts qui se sont produits en cours de route.

En outre, toutes les entreprises doivent disposer d'un plan d'affaires, un document qui doit être élaboré par la direction ou le management de la clinique vétérinaire, seul ou avec l'aide d'un consultant spécialisé, et qui doit méthodologiquement comprendre une série de sections qui doivent être identifiées, repérées, analysées et mise en oeuvre afin d'établir où elle se trouve actuellement et où elle veut arriver

Dans ce Certificat Avancé, on donne aux professionnels les clés pour réaliser une stratégie d'entreprise correcte dans le domaine vétérinaire, en même temps qu'on réalise une étude approfondie des processus de production d'une entreprise, en tenant compte des différents modèles de gestion d'entreprise, pour arriver à l'étude *Lean Management* appliqué aux centres vétérinaires.

L'absence de spécialisation universitaire en gestion d'entreprise dans les diplômes vétérinaires à une grande influence sur le manque de conscience des futurs entrepreneurs lorsqu'il s'agit de professionnaliser la gestion de leurs centres vétérinaires, en privilégiant, en réalité, la pratique médicale et chirurgicale.

À l'heure actuelle, l'un des problèmes qui conditionnent l'éducation continue postuniversitaire est sa conciliation avec le travail et la vie personnelle. Les exigences professionnelles actuelles rendent difficile la mise en place d'une Certificat Avancé de qualité, spécialisée et en face à face. C'est pourquoi le format en ligne permettra aux étudiants de concilier cette Éducation spécialisée avec leur pratique professionnelle quotidienne, sans perdre le lien avec la formation et la spécialisation.

Ce **Certificat Avancé en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires** contient le programme scientifique le plus complet et le mieux adapté du marché actuel. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les nouveautés en stratégie d'entreprise dans les Centres Vétérinaires
- ♦ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts dans le domaine vétérinaire.
- ♦ Leçons théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder au contenu à partir de n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Plongez dans cette Certificat Avancé pédagogique de grande qualité, qui vous permettra de faire face aux futurs défis de la gestion de centres vétérinaires"

“

Ce Certificat Avancé est le meilleur investissement que vous puissiez faire dans le choix d'un programme de remise à niveau pour actualiser vos connaissances en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires"

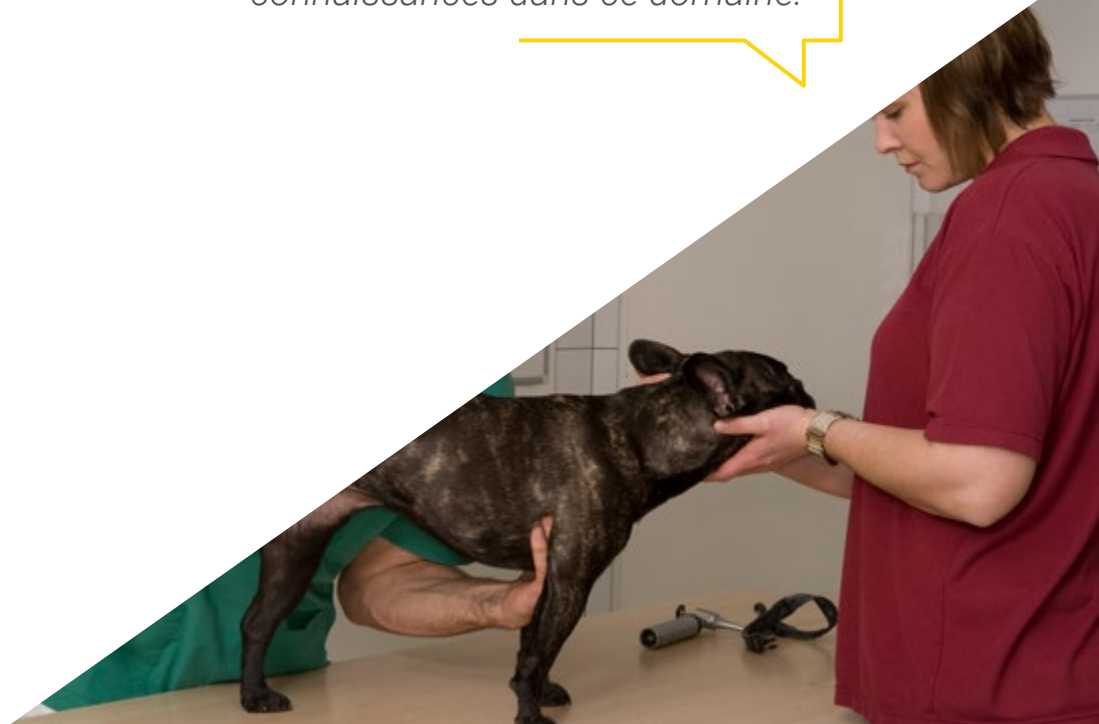
Son corps enseignant comprend des professionnels du domaine de la direction et gestion de centres vétérinaires, qui apportent leur expérience professionnelle à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus par des sociétés de premier plan et des universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, élaboré avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira une spécialisation immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes. Ainsi l'étudiant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du Certificat Avancé. Pour cela, le professionnel aura l'aide d'un système innovant de vidéos interactives réalisées par des experts renommés en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires avec une grande expérience.

Cette spécialisation dispose du meilleur matériel didactique, ce qui vous permettra d'étudier dans un contexte qui facilitera votre apprentissage.

Ce Certificat Avancé 100% en ligne vous permettra de combiner vos études avec votre travail professionnel tout en améliorant vos connaissances dans ce domaine.



02 Objectifs

Le Certificat Avancé en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires vise à faciliter la performance du professionnel vétérinaire avec les avancées les plus innovants du secteur.



“

*Notre objectif est d'atteindre
l'excellence académique et de vous
aider à réussir professionnellement”*



Objectifs généraux

- ♦ Établir une méthodologie pour l'élaboration d'un plan d'affaires annuel
- ♦ Identifier et analyser les différentes sections
- ♦ Analyser les sources permettant d'obtenir les données et les informations nécessaires pour compléter les documents pertinents
- ♦ Générer des connaissances spécialisées afin que le ou les propriétaires d'un centre vétérinaire soient capables de produire eux-mêmes ce document écrit
- ♦ Assimiler qu'il s'agit d'un document dynamique qui doit nous accompagner tout au long de l'année
- ♦ Établir une méthodologie efficace et systématique de formuler une activité dynamique et innovante et stratégie commerciale innovante dans un centre vétérinaire
- ♦ Proposer des outils de travail utiles et pratiques pour la recherche sur l'innovation
- ♦ Générer des connaissances spécialisées sur l'innovation en tant que moyen de créer une proposition de valeur différenciée pour les utilisateurs
- ♦ Développer et proposer un modèle d'entreprise dynamique qui permette à l'entreprise de s'adapter à l'évolution de l'environnement mondial
- ♦ Examiner et développer les processus de production d'un centre vétérinaire
- ♦ Analyser les processus existants et identifier les goulots d'étranglement
- ♦ Développer et mettre en œuvre une gestion d'entreprise lean dans un cabinet vétérinaire
- ♦ Générer une culture d'amélioration continue dans la gestion des affaires





Objectifs spécifiques

Module 1 Le plan d'affaires appliqué aux centres vétérinaires

- ♦ Réflexion sur la nécessité et l'obligation de fidéliser les bons clients
- ♦ Développez, de manière logique et raisonnée, chacune des parties de cette
- ♦ Proposer une méthodologie pour réaliser une analyse de l'environnement et une analyse concurrentielle externe
- ♦ Se former à la réalisation d'une analyse SWOT et de l'analyse SWOT correspondante
- ♦ Établir une méthodologie pour fixer des objectifs SMART
- ♦ Examiner une méthodologie pour définir une stratégie et pour traduire chaque stratégie en au moins une action spécifique
- ♦ Planifier les actions en fonction des priorités liées à l'activité
- ♦ Réfléchir à la nécessité d'un suivi périodique du plan d'affaires
- ♦ Établir une méthodologie pratique pour le contrôle et le suivi du plan d'affaires
- ♦ Analyser les conditions dans lesquelles un plan d'urgence doit être établi et comment le faire
- ♦ Examinez quelques modèles pour faciliter la saisie des données et la préparation du plan d'affaires

Module 2. Processus de production dans les centres vétérinaires

- ♦ Analyser les différents processus de production des centres vétérinaires
- ♦ Identifier et évaluer les goulots d'étranglement dans les processus de production
- ♦ Connaissance approfondie des modèles économiques d'un centre vétérinaire
- ♦ Présenter le modèle de gestion *lean* appliqué à un centre vétérinaire
- ♦ Compiler les avantages et les utilités du modèle de gestion *lean*
- ♦ Proposer une méthodologie pour la mise en œuvre du modèle de gestion *lean*
- ♦ Présenter des exemples pratiques de contrôle et d'amélioration continue de la gestion d'entreprise selon le modèle *lean*

Module 3. Stratégie commerciale et innovation dans les centres vétérinaires

- ♦ Définir et préciser les rôles du gestionnaire ou du propriétaire d'un centre vétérinaire
- ♦ Définir la mission, la vision et les valeurs d'une entreprise du secteur des soins de santé vétérinaires
- ♦ Proposer une méthodologie de travail pour la recherche d'alternatives innovantes qui apportent de la valeur à l'utilisateur
- ♦ Rechercher, analyser et établir un profil d'utilisateur idéal pour le modèle commercial proposé
- ♦ Rechercher, analyser et proposer une proposition de valeur "attrayante" pour le profil d'utilisateur idéal pour le modèle d'entreprise et proposer des modèles d'entreprise alternatifs ou complémentaires aux modèles traditionnels qui s'adressent à un ou plusieurs segments d'utilisateurs
- ♦ Développer et mettre en œuvre le (*Design Thinking*) comme une technique complémentaire à la pensée créative et innovante

03

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires, qui apportent l'expérience de leur travail. Il s'agit de professionnels de renommée mondiale, originaires de différents pays et possédant une expérience professionnelle théorique et pratique avérée.





“

*Nous disposons de la meilleure
équipe pédagogique, avec des années
d'expérience et déterminée à transmettre
toutes ses connaissances sur ce secteur”*

Direction



M. Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ Diplômé en médecine vétérinaire de l'Université Complutense de Madrid en 1990
- ♦ Directeur de la société de conseil VetsPower.com, une société de conseil aux entreprises exclusivement dédiée aux centres de santé vétérinaires pour animaux de compagnie
- ♦ Vice-président de l'association patronale provinciale du secteur vétérinaire d'Alicante, AEVA, et trésorier de la Confédération des associations patronales du secteur vétérinaire d'Espagne (CEVE)
- ♦ Co-fondateur du Groupe de Travail Gestion et Administration de l'AVEPA, (GGA) dont il a été le président entre 2011 et 2013
- ♦ Expérience d'une entreprise personnelle. Fondateur et propriétaire du centre vétérinaire Amic à Alicante de 1991 à 2018, transféré pour se consacrer exclusivement à la gestion d'entreprise dans le secteur des centres de santé vétérinaire pour animaux de compagnie
- ♦ Auteur des livres sur la gestion des affaires dans les centres vétérinaires "Qui a pris mon centre vétérinaire?" (2009) et "J'ai trouvé mon centre vétérinaire!" (2013)
- ♦ Co-auteur de deux livres et auteur de chapitres spécifiques dans d'autres publications visant à former des assistants de clinique vétérinaire (ACV)
- ♦ Intervenant dans divers cours et ateliers sur la gestion commerciale des centres vétérinaires, sur place et en ligne, en Espagne et à l'étranger
- ♦ Depuis 1999, il a donné de nombreuses conférences, cours et webinaires pour les assistants de cliniques vétérinaires



Mme García Hernández, Eva María

- ♦ Elaboration de Plans de Formation sur le Développement des Compétences et des Aptitudes pour les Entreprises de Coaching On Focus
- ♦ Chef d'équipe, Chef de Projet et Partenaire Commercial en Ressources Humaines chez Accenture (2000-2016)
- ♦ Programme de Formation des Formateurs à l'Université Camilo José Cela
- ♦ Programme d'Initiation au Marketing et à la Gestion Commerciale. Méthodologie Lean de SECOT
- ♦ Master en Coaching Personnel et Exécutif à l'Institut Européen de Coaching
- ♦ Praticien en PNL et maître en PNL à l'Instituto Createa

Professeurs

M. Martín González, Abel

- ♦ Diplôme de Médecine Vétérinaire de l'Université Complutense de Madrid, 1989
- ♦ Études de doctorat, sans présentation de la thèse
- ♦ Enseignant collaborant avec la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha dans le cadre de cours sur la gestion des exploitations d'élevage
- ♦ Conférences sur l'Ecographie et le Contrôle de la Reproduction Organisées par AESLA (Asociación de Criadores de Raza Lacauune) dans différents endroits en Espagne
- ♦ Conférencier au Cycle de Conférences sur la lutte contre les maladies des taureaux organisé par le Collège des Vétérinaires de Madrid
- ♦ Conférences sur la Gestion des Centres Vétérinaires Organisées par le Groupe de Gestion de l'AVEPA
- ♦ Intervenant à plusieurs Congrès Nationaux organisés par l'AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- ♦ Expert INCUAL dans la rédaction de la qualification professionnelle d'assistance et d'aide sanitaire dans la gestion des animaux de ferme
- ♦ Vétérinaire en pratique clinique libre dans des exploitations d'élevage, en tant que directeur technique d'exploitations bovines, ovines, équines et porcines

Mme Tabares, Nuria

- ♦ Combine sa passion pour le conseil et le coaching de travail et de direction chez Coaching Ability, avec ses autres passions en tant que conférencière (Espagne et Amérique latine)
- ♦ Enseignement (Professeur associé à l'Université Autonome de Barcelone, Faculté d'Economie et de Commerce)
- ♦ Chargé de cours au Master Dual Citius de l'UAB
- ♦ Directrice Technique de la Clinique Vétérinaire Terra San Fernando

Mme Navarro Ferrer, María José

- ♦ Diplôme de Psychologie de l'Université de Valence, UV) 1987-1992
- ♦ Maîtrise en Psychologie Clinique CTMC Valence (1992-1994)
- ♦ Postgradué de Gérontologie Sociale Université de Valence, 1994-1994
- ♦ Postgraduate en Mindfulness et psychothérapies IL3 UB (2014-2015)
- ♦ Formateur et ateliers pour les entreprises et les organisations privées
- ♦ Enseignant dans le Recull d'activitats per als Serveis Locals d'Ocupació: Personnes et Entreprises de Barcelone
- ♦ Collabore aux processus de gestion des personnes, à la formation aux soft skills (communication efficace, gestion des conflits et gestion des conflits)
- ♦ Communication efficace, techniques de gestion des conflits et de négociation, attention portée au client difficile), formateur en pleine conscience, analyse et transformation des croyances pour la gestion du stress

Mme Saleno, Delia

- ♦ Études de doctorat (2000-2003) sans présentation de thèse
- ♦ Diplôme de Médecine Vétérinaire, Université des Sciences Agricoles et de Médecine Vétérinaire, Cluj-Napoca (Roumanie)
- ♦ Diplôme d'Etudes Supérieures en Clinique des Petits Animaux (2000)
- ♦ Maîtrise de la Recherche en Cytogénétique à l'Université de Cordoba (2005) avec une étude sur l'Infertilité Equine
- ♦ Cours pour entrepreneurs (500h), par EOI en 2007 à Palma de Mallorca (Espagne)
- ♦ Cours de qualification comme évaluateur dans les procédures d'accréditation des compétences professionnelles par l'expérience professionnelle dans la famille professionnelle de l'agriculture
- ♦ Chercheur pré-doctoral au Département de la reproduction animale, Faculté de médecine vétérinaire, Cluj-Napoca (Roumanie)

M. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ Ingénieur Supérieur en Télécommunications
- ♦ Diplôme en Nautisme et Transport Maritime
- ♦ Capitaine de la Marine Marchande
- ♦ Instructeur de Plongée Professionnelle
- ♦ Secrétaire de la Confédération Espagnole des Entreprises Vétérinaires CEVE
- ♦ Chef du Département du Travail, de l'Organisation et de la Formation du CEVE
- ♦ Secrétaire de Empresarías Veterinarias de las Illes Balears EMVETIB (Entrepreneurs vétérinaires des îles Baléares)
- ♦ Président de la Commission des services de la Confédération des associations d'entreprises des îles Baléares CAEB
- ♦ Membre du Comité Exécutif de la CAEB
- ♦ Président du Comité National de Négociation de la Convention Collective des Centres et Services de Santé Vétérinaire
- ♦ Gérant de la Clinique Vétérinaire Veterinari Son Dureta SLP

M. Muñoz Sevilla, Carlos

- ♦ Diplôme de Médecine Vétérinaire de l'Université Complutense de Madrid Promotion 1985-1990
- ♦ MBA de l'Université Jaime I-(UJI), cours 2017-18
- ♦ Professeur d'Anesthésiologie et de Gestion des Cliniques Vétérinaires à l'Universidad Cardenal Herrera CEU, de novembre 2011 à aujourd'hui
- ♦ Membre d'AGESVET depuis sa fondation, jusqu'en 2018
- ♦ Participant au développement et à la formation du module des ressources humaines d'AGESVET

M. Villaluenga, José Luis

- ♦ Diplôme en Sciences Biologiques de l'Université Complutense de Madrid (1979)
- ♦ Master en Marketing Numérique, EAE et Université de Barcelone (2016)
- ♦ Master Universitaire en Gestion des Ressources Humaines, EAE et Université de Barcelone (2018)
- ♦ Professeur Associé depuis 2012 à la Faculté de Médecine Vétérinaire de l'Université Alfonso X El Sabio, Madrid (Espagne) dans le diplôme de Médecine Vétérinaire, dans les matières de Génétique Vétérinaire 1er Cours et Ethnologie 2ème (Module: Gestion et marketing dans le domaine vétérinaire)
- ♦ Conférencière dans le domaine du " Service à la clientèle ", depuis 2017, à FORVET, Centre de Formation Vétérinaire pour les Assistants Techniques Vétérinaires, à Madrid (Espagne)
- ♦ Chargé de cours du Master en Médecine Sportive Equine à l'Université de Cordoue (Espagne), depuis 2019. Module: Marketing et Gestion de l'Entreprise Vétérinaire Equine
- ♦ Conférencier au titre propre d'Expert en Physiothérapie et Réhabilitation des Petits animaux: Chiens et chats, zone: Gestion commerciale d'un centre de réhabilitation de petits animaux, depuis 2017, à l'Université Complutense de Madrid (Espagne)
- ♦ 2016 - Présent: Création comme l'un des 2 associés fondateurs de la société Rentabilidad Veterinaria, SL. Cette société se consacre à la gestion commerciale de centres vétérinaires pour animaux de compagnie. Elle développe des travaux de consultance, de formation, de conseil, d'évaluation d'entreprise, de gestion des RH, de gestion économique-financière et de nouvelle constitution d'entreprises

04

Structure et contenu

La structure des contenus a été conçue par les meilleurs professionnels du secteur en matière de Marketing dans les Centres Vétérinaires, dotés d'une grande expérience et d'un prestige reconnu dans la profession, étayé par le volume de cas examinés et étudiés, et d'une connaissance approfondie des nouvelles technologies.



“

*Nous disposons du programme scientifique
le plus complet et le plus récent du marché.
Nous visons l'excellence et nous voulons
que vous y parveniez aussi”*

Module 1. Le plan d'affaires appliqué aux centres vétérinaires

- 1.1. Le plan d'affaires dans les centres vétérinaires
 - 1.1.1. Planification et contrôle: les deux faces d'une même médaille
 - 1.1.2. Pourquoi et pourquoi avoir un plan?
 - 1.1.3. Qui doit le faire?
 - 1.1.4. Quand le faire?
 - 1.1.5. Comment faire?
 - 1.1.6. Doit-il être écrit?
 - 1.1.7. Questions auxquelles il faut répondre
 - 1.1.8. Sections du plan d'affaires
- 1.2. Analyse externe I: l'environnement des centres vétérinaires
 - 1.2.1. Que doit-il contenir?
 - 1.2.2. Environnement politique
 - 1.2.3. Environnement Économique
 - 1.2.4. Environnement social
 - 1.2.5. Environnement technologique
 - 1.2.6. Environnement écologique
 - 1.2.7. Environnement juridique
- 1.3. Analyse externe II: Environnement concurrentiel appliqué au secteur des centres vétérinaires
 - 1.3.1. Clients
 - 1.3.2. Compétences
 - 1.3.3. Fournisseurs
 - 1.3.4. Autre
- 1.4. Analyse interne d'un établissement vétérinaire
 - 1.4.1. Installations et équipements
 - 1.4.2. Personnel
 - 1.4.3. Recettes/Dépenses
 - 1.4.4. Clients
 - 1.4.5. Prix
 - 1.4.6. Services
 - 1.4.7. Communication avec les clients
 - 1.4.8. Formation
 - 1.4.9. Fournisseurs
 - 1.4.10. Compétences
- 1.5. Analyse SWOT et CAME. appliquée aux centres vétérinaires
 - 1.5.1. Faiblesses
 - 1.5.2. Points forts
 - 1.5.3. Menaces
 - 1.5.4. Opportunités
 - 1.5.5. Corriger
 - 1.5.6. Affronter
 - 1.5.7. Maintenir
 - 1.5.8. Exploiter
- 1.6. Objectifs des établissements vétérinaires en tant qu'entreprises
 - 1.6.1. Qu'est-ce que c'est?
 - 1.6.2. Caractéristiques: SMART
 - 1.6.3. Types
- 1.7. Stratégies commerciales dans les centres vétérinaires
 - 1.7.1. Les 7 P du Marketing de service
 - 1.7.2. Produit-Service
 - 1.7.3. Prix
 - 1.7.4. Distribution
 - 1.7.5. Communication
 - 1.7.6. Personnes
 - 1.7.7. Procédures
 - 1.7.8. Preuves
- 1.8. Plan d'action pour une stratégie de centre vétérinaire
 - 1.8.1. En quoi consiste-t-il?
 - 1.8.2. Comment élaborer une stratégie
 - 1.8.3. Ce qu'il faut prendre en compte dans chaque action
 - 1.8.4. Priorité des actions en fonction de leur pertinence pour l'entreprise
 - 1.8.5. Programmation

- 1.9. Plan de contrôle et de suivi du plan d'affaires d'un centre vétérinaire
 - 1.9.1. Planification et contrôle
 - 1.9.2. En quoi il consiste et pourquoi il est nécessaire?
 - 1.9.3. Qui et comment contrôler?
 - 1.9.4. Suivi basé sur des indicateurs
 - 1.9.5. Prise de décision
- 1.10. La planification d'urgence appliquée au plan d'affaires d'un centre vétérinaire
 - 1.10.1. Qu'est-ce que et à quoi sert-elle?
 - 1.10.2. Comment faire?
 - 1.10.3. Comment l'utiliser?

Module 2. Processus de production dans les centres vétérinaires

- 2.1. Introduction aux processus de production dans les établissements vétérinaires
 - 2.1.1. Concept de processus d'affaires
 - 2.1.2. Introduction aux processus d'affaires
 - 2.1.3. Représentation graphique des processus
 - 2.1.4. Standardisation des processus
 - 2.1.5. Exemples pratiques de processus dans les établissements vétérinaires
- 2.2. Analyse des processus de production dans les établissements vétérinaires
 - 2.2.1. Système de gestion des processus
 - 2.2.2. Mesure, analyse et amélioration des processus d'entreprise
 - 2.2.3. Caractéristiques d'un processus bien dirigé et géré
- 2.3. Productivité des entreprises dans le secteur des soins de santé vétérinaires
 - 2.3.1. Se concentrer sur les objectifs clés
 - 2.3.2. Valeur ajoutée générée pour le client
 - 2.3.3. Analyse de la valeur fournie par les processus
 - 2.3.4. Compétitivité
 - 2.3.5. Productivité Analyse des pertes et des améliorations
- 2.4. Modèles de gestion d'entreprise appliqués au secteur des soins de santé vétérinaires
 - 2.4.1. Gestion traditionnelle des masses
 - 2.4.2. Gestion basée sur un modèle *lean*
 - 2.4.3. Gestion basée sur un modèle traditionnel amélioré
- 2.5. Introduction au modèle de lean management appliqué aux établissements vétérinaires
 - 2.5.1. Principes et caractéristiques de base
 - 2.5.2. Flux d'activités
 - 2.5.3. Système de traction ou *pull*
 - 2.5.4. *Flujo-pull*
 - 2.5.5. Amélioration continue
- 2.6. Les déchets dans un modèle de production appliqué aux établissements vétérinaires
 - 2.6.1. Déchets, *waste* ou *mue*
 - 2.6.2. Types de déchets
 - 2.6.3. Les causes des déchets
 - 2.6.4. Élimination des déchets
- 2.7. Mise en œuvre du modèle de gestion allégée dans les établissements vétérinaires I
 - 2.7.1. Conditionnement du processus
 - 2.7.2. Flux *pull* traction équilibré et flexible
 - 2.7.3. Transition d'un modèle traditionnel à la mise en œuvre du *lean*
 - 2.7.4. Première étape: établir un flux régulier et ininterrompu
- 2.8. Mise en œuvre du modèle de gestion *lean* dans les établissements vétérinaires II
 - 2.8.1. Deuxième étape: consolidation du flux, éliminer le gaspillage, assurer la qualité l'assurance qualité et la normalisation des opérations
 - 2.8.2. Troisième étape: établir le du flux *pull*
 - 2.8.3. Quatrième étape: flexibilité du rythme de production
- 2.9. Mise en œuvre du modèle de gestion *lean* dans les établissements vétérinaires III
 - 2.9.1. Cinquième étape: flexibilité dans le type de produit
 - 2.9.2. Sixième étape: mise en œuvre complète du flux *pull* équilibré, nivelé et multiproduit
 - 2.9.3. Septième étape: gestion et contrôle simples
- 2.10. Outils pour la mise en œuvre de la méthode *lean* appliquée aux centres vétérinaires
 - 2.10.1. La carte de la chaîne de valeur (*Value Stream Map*)
 - 2.10.2. A3: analyse des nouvelles approches ou des problèmes à résoudre

Module 3. Stratégie commerciale et innovation dans les centres vétérinaires

- 3.1. Le rôle du gestionnaire du centre vétérinaire
 - 3.1.1. Gestion générale
 - 3.1.2. Gestion des ressources humaines
 - 3.1.3. Gestion financière
 - 3.1.4. Gestion de la santé au travail
 - 3.1.5. Gestion des technologies de l'information
 - 3.1.6. Marketing et gestion des ventes
 - 3.1.7. Service clientèle et relations publiques
 - 3.1.8. Gestion du changement
- 3.2. Planification stratégique dans les institutions vétérinaires
 - 3.2.1. Définitions
 - 3.2.2. Signification de la stratégie d'entreprise
 - 3.2.3. Plan stratégique d'un établissement vétérinaire
- 3.3. Le stade philosophique de la planification stratégique d'un établissement vétérinaire
 - 3.3.1. Définition
 - 3.3.2. Éléments
 - 3.3.2.1. Mission
 - 3.3.2.2. Vision
 - 3.3.2.3. Valeurs
 - 3.3.2.4. Outils
 - 3.3.2.5. Objectifs stratégiques
 - 3.3.3. Exemples pratiques
- 3.4. Modèles commerciaux dans les cabinets vétérinaires traditionnels
 - 3.4.1. Introduction
 - 3.4.2. Structure des établissements vétérinaires
 - 3.4.3. Services
 - 3.4.4. Dotation en personnel d'un établissement vétérinaire
- 3.5. La recherche pour l'innovation dans les établissements vétérinaires
 - 3.5.1. Concept d'innovation dans le secteur vétérinaire
 - 3.5.2. La stratégie de l'Océan Bleu appliquée aux établissements vétérinaires
 - 3.5.2.1. Concept
 - 3.5.2.2. Outils d'analyse





- 3.5.3. Méthodologie des *Canvas* pour l'innovation dans les centres vétérinaires
 - 3.5.3.1. Description
 - 3.5.3.2. Opérationnel
- 3.5.4. Formulation de stratégies d'innovation dans les établissements vétérinaires
 - 3.5.4.1. Génération de nouvelles idées et la synthèse
 - 3.5.4.2. Épicentres d'innovation
- 3.6. Conception de la proposition de valeur pour les clients des centres vétérinaires
 - 3.6.1. Le profil du client/utilisateur des centres vétérinaires
 - 3.6.2. La carte des valeurs
 - 3.6.3. Adéquation entre la proposition de valeur et le profil du client appliqué aux centres vétérinaires
- 3.7. Prototypage de l'innovation appliquée aux centres vétérinaires
 - 3.7.1. Le système d'innovation minimum viable
 - 3.7.2. Tableau de bord mondial de l'innovation
 - 3.7.3. Plan d'innovation opérationnelle
- 3.8. Modèles d'entreprise dans le secteur des soins de santé vétérinaires
 - 3.8.1. Désagrégation des modèles économiques
 - 3.8.2. *Long Tail*
 - 3.8.3. Plates-formes multi-facettes
 - 3.8.4. Le modèle économique gratuit (*Freemium*)
 - 3.8.5. Modèles d'entreprise ouverts
- 3.9. Design thinking et application dans les centres vétérinaires
 - 3.9.1. Concept
 - 3.9.2. Directives et clés
 - 3.9.3. Outils
- 3.10. Recherche d'amélioration continue de la stratégie commerciale dans les établissements vétérinaires
 - 3.10.1. Suivi du plan stratégique d'un centre vétérinaire
 - 3.10.2. Mise en œuvre d'améliorations dans la stratégie d'un centre vétérinaire

05 Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***Le Relearning.***

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine.***





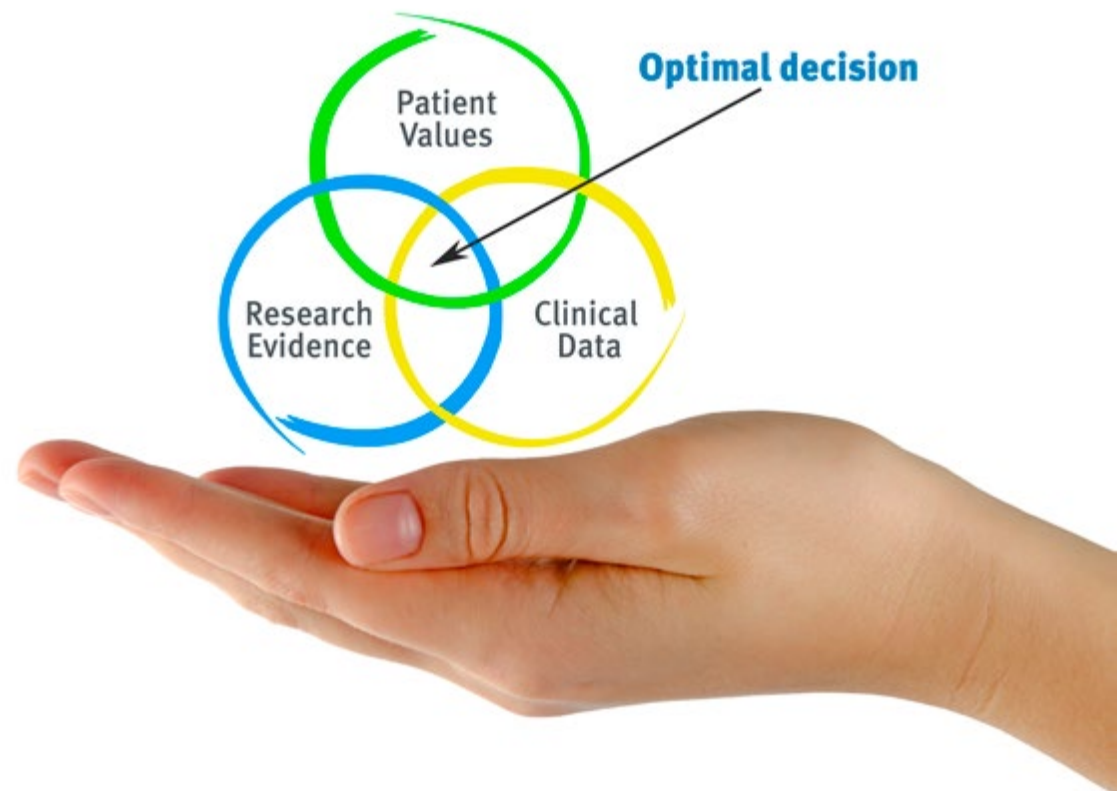
“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas cliniques simulés, basés sur des patients réels, dans lesquels vous devrez enquêter, établir des hypothèses et, enfin, résoudre la situation. Il existe de nombreuses preuves scientifiques de l'efficacité de cette méthode. Les spécialistes apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement dans le temps.

Avec TECH, vous ferez l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui révolutionne les fondements des universités traditionnelles du monde entier.



Selon le Dr Gérvas, le cas clinique est la présentation commentée d'un patient, ou d'un groupe de patients, qui devient un "cas", un exemple ou un modèle illustrant une composante clinique particulière, soit en raison de son pouvoir pédagogique, soit en raison de sa singularité ou de sa rareté. Il est essentiel que le cas soit ancré dans la vie professionnelle actuelle, en essayant de recréer les conditions réelles de la pratique professionnelle vétérinaire.

“

Saviez-vous que cette méthode a été développée en 1912 à Harvard pour les étudiants en Droit? La méthode des cas consiste à présenter aux apprenants des situations réelles complexes pour qu'ils s'entraînent à prendre des décisions et pour qu'ils soient capables de justifier la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les vétérinaires qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. Grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité, on obtient une assimilation plus simple et plus efficace des idées et des concepts.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les vétérinaire, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps consacré au travail sur le cours.



Relearning Methodology

TECH renforce l'utilisation de la méthode des cas avec la meilleure méthodologie d'enseignement 100% en ligne du moment: Relearning.

Cette université est la première au monde à combiner des études de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque leçon, ce qui constitue une véritable révolution par rapport à la simple étude et analyse de cas.



Le vétérinaire apprendra par le biais de cas réels et de la résolution de situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe pour faciliter l'apprentissage par immersion.

Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone (Columbia University). La méthode Relearning, à la pointe de la pédagogie mondiale, a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études.

Cette méthodologie a permis de former plus de 65.000 vétérinaires avec un succès sans précédent dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Notre méthodologie d'enseignement est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique.

Selon les normes internationales les plus élevées, la note globale de notre système d'apprentissage est de 8,01.



Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Les dernières techniques et procédures en vidéo

À TECH, nous vous rapprochons des dernières techniques, des dernières avancées pédagogiques et de l'avant-garde des techniques et procédures vétérinaires actuelles. Tout cela, à la première personne, expliqué et détaillé rigoureusement pour atteindre une compréhension complète et une assimilation optimale. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



Résumés interactifs

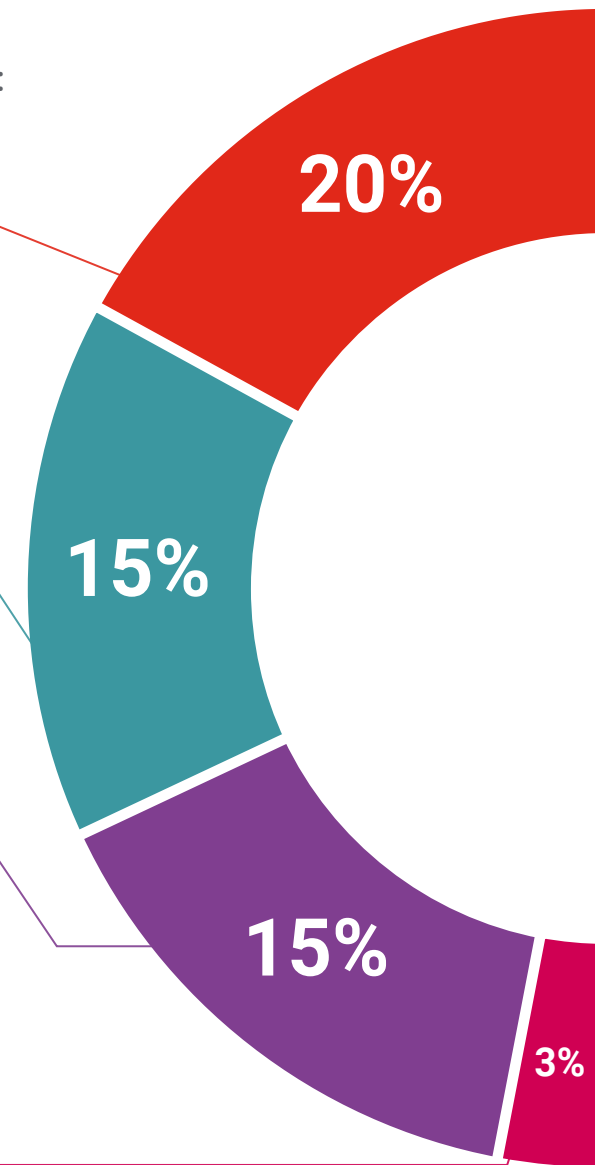
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

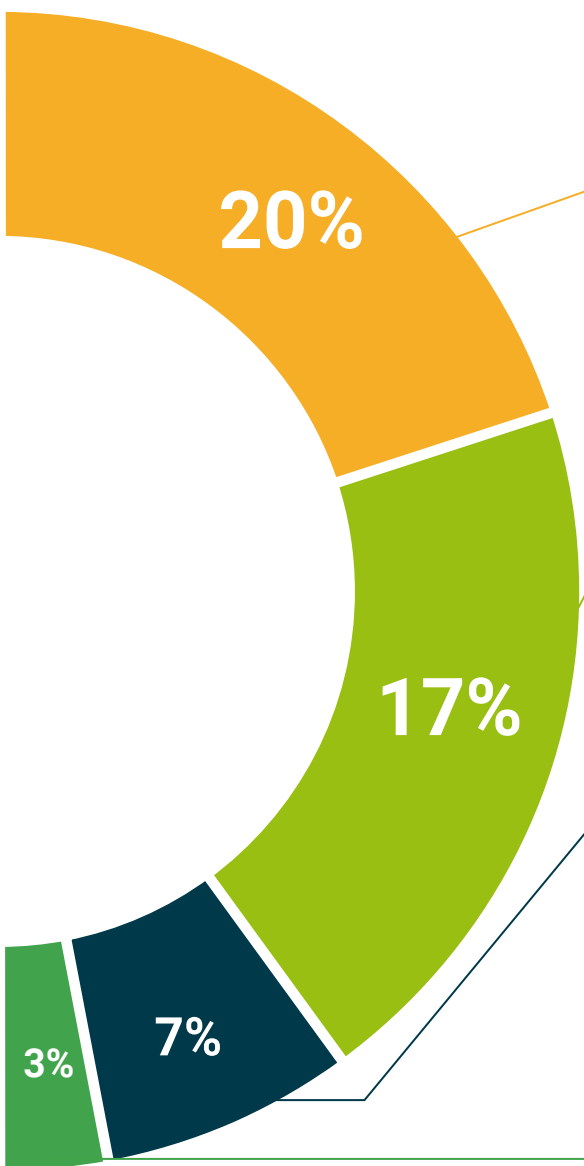
Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Études de cas dirigées par des experts

Un apprentissage efficace doit nécessairement être contextuel. Pour cette raison, TECH présente le développement de cas réels dans lesquels l'expert guidera l'étudiant à travers le développement de la prise en charge et la résolution de différentes situations: une manière claire et directe d'atteindre le plus haut degré de compréhension.



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Guides d'action rapide

À TECH nous vous proposons les contenus les plus pertinents du cours sous forme de feuilles de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Intégrez dans votre CV un Certificat Avancé en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires, une valeur ajoutée de haute qualification pour tout professionnel de ce domaine"

Ce **Certificat Avancé en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception le diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires**

N.º d'heures officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langage

tech université
technologique

Certificat Avancé
Stratégies Commerciales
dans les Centres Vétérinaires

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Stratégies Commerciales dans les Centres Vétérinaires

