

Профессиональная магистерская специализация

МВА в области
руководства и управления
ветеринарными центрами





Профессиональная магистерская специализация МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами

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

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

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 16

04

Руководство курса

стр. 20

05

Структура и содержание

стр. 24

06

Методология

стр. 44

07

Квалификация

стр. 52

01

Презентация

Программа подготовки ветеринарных специалистов в области бизнес-управления - это малоизученная область, хотя и представляющая большой интерес, поскольку успех или неудача любой компании во многом зависит от правильного управления ею. По этой причине в ТЕСН мы разработали лучшую программу в области руководства и управления ветеринарными центрами с единственной целью - помочь вам достичь профессионального успеха.



““

*Станьте успешным профессионалом
в области руководства и управления
ветеринарными центрами и сделайте более
заметным свой бизнес-проект, предлагая
при этом качественное обслуживание”*

Бизнес-управление в ветеринарных центрах остается областью, практически не изучаемой в ветеринарных школах, где знания сосредоточены на диагностике и лечении животных, а также приобретении наиболее развитых компетенций по уходу за ними.

По этой причине в TECH мы хотим предложить вам самую полную специализацию по управлению такого типа центрами, поскольку успех любой компании, включая ветеринарные центры, в значительной степени зависит от управления бизнесом. Таким образом, мы разработали комплексную Профессиональную магистерскую специализацию, которая включает в себя самую полную специализацию MBA, а также информацию о руководстве и управлении ветеринарными центрами.

На протяжении всей специализации студент будет знакомиться со всеми современными подходами к решению различных задач, которые ставит перед ним профессия. Это определяющий шаг, который станет процессом совершенствования не только в профессиональном, но и в личном плане. Кроме того, в TECH мы берем на себя социальные обязательства: помогать специализации высококвалифицированных профессионалов и развивать их личностные, социальные и трудовые компетенции в процессе разработки программы.

Мы не только проведем вас через теоретические знания, но и покажем вам другой, более органичный, простой и эффективный способ изучения и обучения. Мы будем работать над тем, чтобы поддерживать в вас мотивацию и воспитывать в вас стремление к учебе. Мы способствуем мыслительной деятельности и развитию критического образа мышления.

Эта Профессиональная магистерская специализация предназначена для того, чтобы предоставить вам возможность получить глубокие и практические знания по этой дисциплине. Отличная возможность для любого профессионала. Более того, это 100% онлайн-специализация, и студенты сами решают, где и когда им заниматься. Нет установленного расписания и обязанности ездить на занятия, что позволяет легче совмещать работу и личную жизнь.

Данная **Профессиональная магистерская специализация MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами** содержит самую полную и современную научную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Новейшие технологии в программном обеспечении для дистанционного обучения
- ♦ Максимально наглядная система обучения с большим количеством графических изображений и схем, созданных для максимально легкого усвоения и понимания
- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Преподавание, основанное на телепрактике
- ♦ Постоянное обновление существующих и введение новых методик образования
- ♦ Саморегулируемое обучение, обеспечивающее полную совместимость с другими обязанностями
- ♦ Практические упражнения для самооценки и проверки усвоения полученных знаний
- ♦ Группы для поддержки и форумы для общения студентов между собой: вопросы к эксперту, дискуссии и форумы для обмена знаниями
- ♦ Общение с преподавателем и индивидуальная работа с возможностью самоанализа пройденного материала
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в Интернет
- ♦ Доступ к дополнительным материалам во время и после окончания программы



Специализация высокого научного уровня, подкреплённая передовым технологическим развитием и преподавательским опытом лучших профессионалов"

“

Специализация, созданная для профессионалов, стремящихся к совершенству, которая позволит вам приобрести новые навыки и стратегии быстрым и эффективным способом”

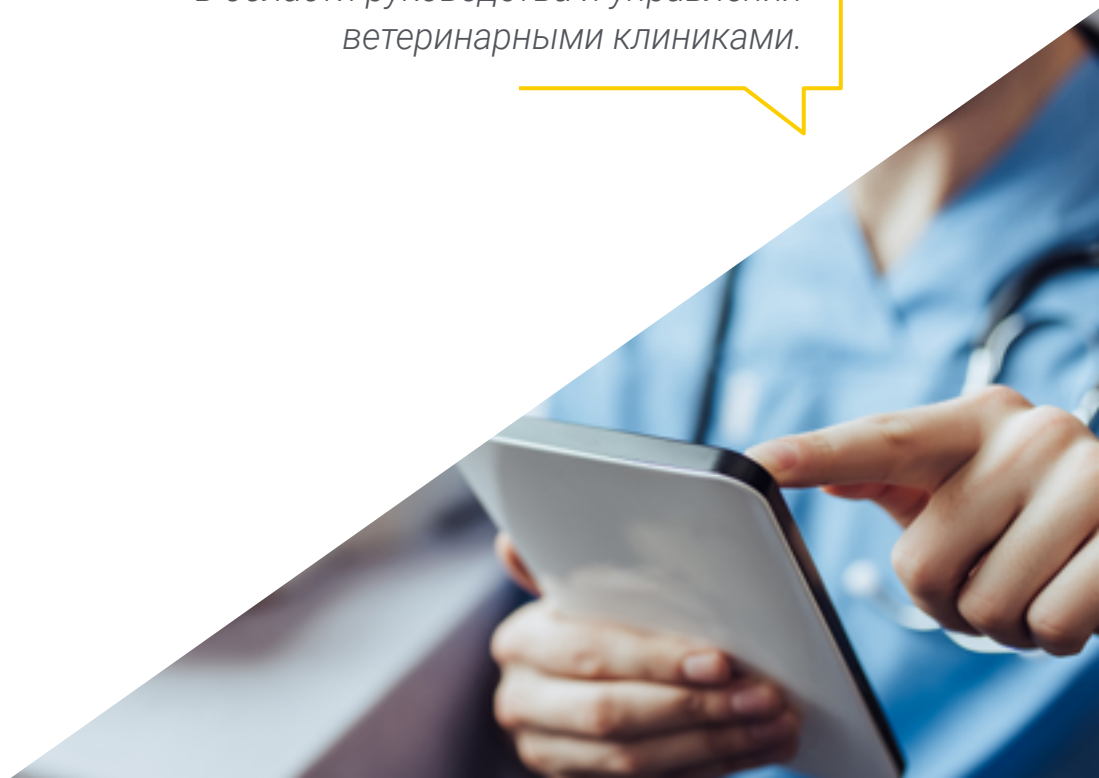
Наш преподавательский состав состоит из практикующих специалистов. Таким образом наша цель - обеспечить вас обновленными методиками в образовании в этой программе. Многопрофильная команда подготовленных профессионалов, имеющих опыт работы в различных условиях, которые будут эффективно развивать теоретические знания, но, прежде всего, поставят на службу специализации практические знания, полученные из собственного опыта.

Такое владение предметом дополняется эффективностью методологической разработки этой Профессиональной магистерской специализации. Разработанная междисциплинарной командой экспертов в области *электронного обучения*, программа объединяет в себе последние достижения в области образовательных технологий. Таким образом, вы сможете учиться с помощью ряда удобных и универсальных мультимедийных инструментов, которые обеспечат вам необходимую оперативность в обучении.

При разработке этой программы основное внимание уделяется проблемно-ориентированному обучению - подходу, который рассматривает обучение как исключительно практический процесс. Для эффективности дистанционного обучения мы используем телепрактику. С помощью инновационной интерактивной видеосистемы и системы обучения у экспертов вы сможете получить знания в таком же объеме, как если бы вы обучались, непосредственно присутствуя на занятиях. Практическая концепция получения и закрепления знаний.

Руководитель ветеринарного центра должен обладать обширными знаниями в области управления бизнесом, чтобы иметь возможность применять все доступные инструменты в своей повседневной практике.

Мы предлагаем вам лучшую на данный момент специализацию, чтобы вы смогли пройти углубленное обучение в области руководства и управления ветеринарными клиниками.



02

Цели

Наша цель - подготовка высококвалифицированных специалистов для получения опыта работы. Более того, в глобальном масштабе, эта цель дополняется содействием развитию человеческого потенциала, который закладывает основы лучшего общества. Эта цель реализуется благодаря тому, что специалисты получают более высокий уровень знаний и контроля. Цель, которую вы сможете достичь с помощью курса высокой интенсивности и точности.





““

Если ваша цель - повысить профессиональный уровень, получите квалификацию, которая позволит вам конкурировать среди лучших, не останавливайтесь на достигнутом: добро пожаловать в TECH"



Общие цели

- ♦ Определить последние тенденции и разработки в области делового управления
- ♦ Составить план развития и совершенствования личных и управленческих навыков
- ♦ Разрабатывать стратегии принятия решений в сложной и нестабильной среде
- ♦ Разработать способность обнаруживать, анализировать и решать проблемы
- ♦ Развить необходимые компетенции для стратегического управления предпринимательской деятельностью
- ♦ Объяснить компанию с глобальной точки зрения, а также обязанности каждой сферы деятельности компании
- ♦ Разрабатывать инновационные стратегии и политику, повышающие эффективность управления и бизнеса
- ♦ Формулировать и внедрять коммерческую политику как стратегию роста, которая адаптирует компанию к изменениям в международной среде
- ♦ Определить сложность сектора ветеринарных услуг в современном социально-экономическом контексте
- ♦ Создавать специализированные знания о секторе ветеринарных услуг: среда, проблемы и тенденции
- ♦ Составить и проанализировать сферы инноваций в секторе ветеринарных услуг
- ♦ Определить образовательные потребности в секторе ветеринарных услуг в меняющихся условиях
- ♦ Создать методологию для разработки годового бизнес-плана
- ♦ Определить и проанализировать различные разделы
- ♦ Проанализировать источники получения данных и информации, необходимых для заполнения соответствующих документов
- ♦ Сформировать специализированные знания, чтобы владелец (или владельцы) ветеринарного центра мог самостоятельно оформить письменный документ
- ♦ Усвоить, что это динамичный документ, который должен сопровождать вас в течение всего года
- ♦ Изучить финансовые понятия, необходимые для успешного управления ветеринарным центром
- ♦ Разработать финансовые инструменты для управления ветеринарным центром
- ♦ Выявить и оценить поведение и потребительские тенденции клиентов ветеринарного центра
- ♦ Собирать данные, необходимые для составления карты финансовых показателей
- ♦ Разрабатывать, генерировать и интерпретировать результаты карты финансовых показателей
- ♦ Разработать эффективную и систематическую методологию для формулирования динамичной и инновационной бизнес-стратегии в ветеринарном центре
- ♦ Предложить полезные и практичные рабочие инструменты для исследования инноваций
- ♦ Сформировать специализированные знания об инновациях как средстве создания дифференцированного ценностного предложения для пользователей
- ♦ Разработать и предложить динамичную бизнес-модель, которая позволит компании адаптироваться к изменяющейся глобальной среде
- ♦ Проанализировать и определить различные типы клиентов/пользователей ветеринарного центра
- ♦ Определить и оценить навыки коммуникации, необходимые для успешной работы с клиентами
- ♦ Предложить методику эффективной работы с клиентами с искаженными эмоциями
- ♦ Разработать процессы повышения лояльности клиентов
- ♦ Исследовать различные маркетинговые инструменты, используемые для продажи товаров и услуг



- ♦ Осмыслить необходимость эффективной коммуникации с клиентами
- ♦ Определить, как устанавливать цены на ветеринарные услуги
- ♦ Усвоить значение перекрестных продаж
- ♦ Проанализировать инструменты *мерчандайзинга*
- ♦ Изучить согласованность между онлайн и офлайн маркетингом
- ♦ Выработать навыки, необходимые для эффективного управления персоналом
- ♦ Предложить методику эффективного процесса найма и интеграции персонала
- ♦ Продвигать и расширять возможности сотрудников, обладающих наибольшим талантом и ценностью для компании
- ♦ Обосновать ключи к удержанию этих сотрудников
- ♦ Разработать навыки, необходимые для того, чтобы быть хорошим руководителем
- ♦ Предложить методику, обеспечивающую необходимую эффективность и результативность руководителя
- ♦ Продвигать и укреплять высокоэффективные профессиональные команды
- ♦ Обучить руководителей успешно решать конфликты внутри профессиональных команд
- ♦ Изучить и разработать производственные процессы ветеринарного центра
- ♦ Проанализировать существующие процессы и выявить узкие места
- ♦ Разработать и внедрить *бережливое* управление бизнесом в ветеринарном центре
- ♦ Сформировать культуру постоянного совершенствования в управлении бизнесом
- ♦ Оценить законодательные условия, которые необходимо выполнить перед открытием ветеринарного центра для населения
- ♦ Определить организационно-правовую форму создаваемого предприятия с учетом особенностей каждой из них, от компаний до кооперативов партнеров
- ♦ Разработать правильное управление закупками и отношения с поставщиками



Конкретные цели

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

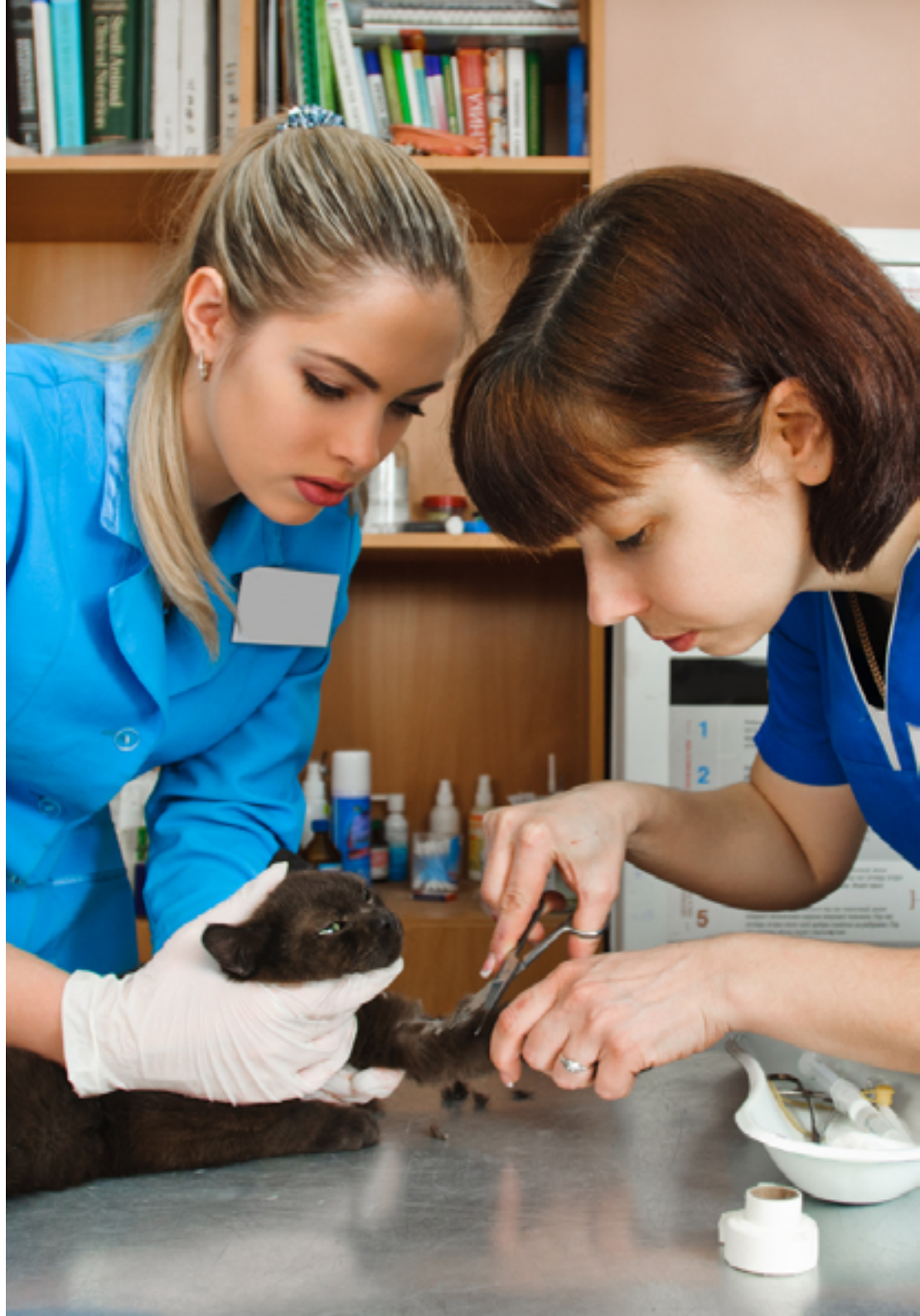
- ♦ Проанализировать ценности, которые необходимо развивать в руководителе
- ♦ Предложить методологию для того, чтобы стать хорошим руководителем
- ♦ Уверенно и надежно вести процесс переговоров
- ♦ Сформировать доверие к людям, с которыми работает руководитель, а также к самому себе
- ♦ Развить необходимые навыки для отличного самоуправления временем

Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

- ♦ Предложить соответствующую методологию для оптимизации производительности труда менеджеров
- ♦ Создавать и объединять высокоэффективные профессиональные команды
- ♦ Выявлять и анализировать внутренние конфликты в ветеринарном центре
- ♦ Руководить профессиональными командами, помогая им находить решения внутренних конфликтов
- ♦ Проанализировать различные производственные процессы в ветеринарных центрах
- ♦ Определить и оценить узкие места в производственных процессах
- ♦ Глубоко изучить бизнес-модели ветеринарного центра

Модуль 3. Управление людьми и талантами

- ♦ Продемонстрировать навыки проведения интервью в процессе отбора
- ♦ Разработать процесс введения в должность для каждой из вакансий
- ♦ Предложить карьерные планы сотрудникам компании
- ♦ Оценить эффективность работы сотрудников компании
- ♦ Разработать программы мотивации для сотрудников компании
- ♦ Признавать и поощрять наиболее талантливых и ценных сотрудников компании



Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- ♦ Определить различные типы существующих трудовых обществ
- ♦ Определить профессиональные категории и функции, которые должен выполнять каждый из членов нашей команды работников в соответствии с коллективным договором для ветеринарных медицинских центров
- ♦ Оценить, как установить все рабочие процедуры нашего центра, соблюдая правильную профессиональную этику и деонтологию по отношению к нашим клиентам и нашей команде
- ♦ Развивать правильные отношения с поставщиками, зная, как вести себя с ними и как установить удовлетворительные для обеих сторон коммерческие условия, сроки и условия оплаты
- ♦ Определить и установить эффективный протокол для ведения должников и неоплаченных долгов, начиная с подписываемых разрешений и заканчивая признанием долга, управлением отсрочками, финансированием и даже процедурами платежных поручений, если это необходимо

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- ♦ Представить модель бережливого управления, примененную в ветеринарном центре
- ♦ Обобщить преимущества и полезные свойства модели бережливого управления
- ♦ Предложить методологию внедрения модели бережливого управления
- ♦ Представить практические примеры контроля и постоянного улучшения управления бизнесом в соответствии с моделью бережливого управления

Модуль 6. Управление информационными системами

- ♦ Научиться всегда получать оплату за проделанную работу и выставлять счета
- ♦ Определить наиболее подходящие рекламные средства для каждого действия
- ♦ Показать значение опросов удовлетворенности, чтобы знать, что думают о нас наши клиенты

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации

- ♦ Проанализировать и разработать идеальный визит пользователя ветеринарного центра
- ♦ Проанализировать эволюцию маркетинга и его значение в современном эмпирическом маркетинге

Модуль 8. Инновации и управление проектами

- ♦ Предложить рабочую методологию для исследования инновационных альтернатив, обеспечивающих ценность для пользователя
- ♦ Разработать и внедрить *дизайн-мышление* как дополнительную технику для креативного и инновационного мышления

Модуль 9. Экономический сектор ветеринарно-санитарных центров

- ♦ Определить и проанализировать новые задачи в условиях зеленой и социальной экономики
- ♦ Уточнить и проанализировать информацию об изменении климата и его влиянии на ветеринарный сектор
- ♦ Определить концепцию *"Единого здравоохранения"* и уточнить ее совместное развитие как рыночную возможность
- ♦ Изучить цифровое здоровье животных и проанализировать его разрушительный потенциал в ветеринарной практике
- ♦ Изучить новые проблемы общественного здравоохранения, вызванные изменением климата, потерей биоразнообразия, глобализацией, международной торговлей экзотическими животными и т.д

Модуль 10. Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах

- ♦ Различать участников индустрии домашних животных и взаимосвязи внутри одного рынка
- ♦ Согласиться со значением бизнес-ассоциаций и проанализировать возможности действовать в качестве рычага перемен в секторе, состоящем в основном из микропредприятий
- ♦ Определить новые понятия и потребности, новые формы коммуникации и взаимодействия между клиентами и сотрудниками сектора

Модуль 11. Финансы, применяемые к ветеринарным центрам

- ♦ Осмыслить необходимость и обязательный характер бизнес-плана
- ♦ Логично и аргументированно разрабатывать каждую из частей упомянутого документа
- ♦ Предложить методологию проведения анализа внешней среды и внешнего конкурентного анализа

Модуль 12. Бизнес-стратегия и инновации в ветеринарных центрах

- ♦ Научить проводить SWOT-анализ
- ♦ Изучить методологию постановки целей SWOT-анализа
- ♦ Изучить методологию определения стратегии и перевода каждой стратегии, по крайней мере, в один пункт действий
- ♦ Составить график мероприятий на основе приоритетности для бизнеса

Модуль 13. Клиент/пользователь ветеринарных центров

- ♦ Определить типы клиентов ветеринарного центра и стили коммуникации, которые лучше всего им подходят
- ♦ Развивать коммуникативные навыки, необходимые в ветеринарной практике
- ♦ Проявлять и развивать эмпатию в ветеринарной практике
- ♦ Проанализировать ситуации, связанные с искажением эмоций и жалобами, чтобы эффективно их разрешить
- ♦ Управлять и оценивать качество обслуживания клиентов в ветеринарной практике
- ♦ Создавать и развивать портфолио клиентов с использованием практических инструментов
- ♦ Проектировать и разрабатывать модели клиентского опыта (CX) для достижения наилучшего пользовательского опыта (UX)
- ♦ Осмыслить необходимость и обязанность удерживать хороших клиентов

Модуль 14. Маркетинг, применяемый в ветеринарных центрах

- ♦ Определить практическую основу для увеличения продаж за счет перекрестных продаж
- ♦ Обосновать необходимость мерчандайзинга в магазине
- ♦ Показать различные инструменты лояльности покупателей
- ♦ Обосновать, что цифровой маркетинг должен иметь такой же вес, как и аналоговый
- ♦ Предложить шаблоны, которые помогут контролировать маркетинговые действия



Модуль 15. Управление человеческими ресурсами в ветеринарных центрах

- ♦ Осмыслить необходимость периодического контроля бизнес-плана
- ♦ Создать практическую методологию контроля и мониторинга бизнес-плана
- ♦ Проанализировать, при каких условиях необходимо составлять план действий в непредвиденных обстоятельствах и как это сделать
- ♦ Изучить некоторые шаблоны, которые помогут при вводе данных и составлении бизнес-плана

Модуль 16. Навыки лидерства и управления, применяемые в ветеринарных центрах

- ♦ Обозначить и определить роли менеджера или владельца ветеринарного центра
- ♦ Определить миссию, видение и ценности компании в секторе ветеринарных медицинских центров
- ♦ Изучить, проанализировать и определить подходящий профиль пользователей для предлагаемой бизнес-модели
- ♦ Изучить, проанализировать и составить "привлекательное" ценностное предложение для идеального профиля пользователя для бизнес-модели и предложить альтернативные или дополнительные бизнес-модели к традиционным, которые привлекательны для одного или нескольких сегментов пользователей

Модуль 17. Производственные процессы в ветеринарных центрах

- ♦ Изучить разницу в продаже услуг и товаров
- ♦ Определить цену ветеринарной услуги
- ♦ Предложить методику ценообразования на ветеринарные услуги
- ♦ Разработать практическую методику обслуживания клиентов по телефону

03

Компетенции

После изучения всех материалов и достижения целей Профессиональной магистерской специализации MBA в области руководства и управления ветеринарными центрами специалист будет обладать превосходной компетентностью и результативностью в этой области. Комплексный подход высокого уровня в учебной программе данной специализации отличает ее от подобных предложений на рынке.



““

Достижение совершенства в любой профессии требует усилий и настойчивости. Но, прежде всего, поддержка профессионалов, которые могут дать вам необходимый импульс, предоставив необходимые средства и помощь. В ТЕСН мы обеспечиваем вас всем необходимым”



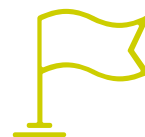
Общие профессиональные навыки

- Управлять компаниями самым эффективным и рациональным способом
- Проектировать, разрабатывать, внедрять, контролировать и совершенствовать собственный бизнес-план

“

*Наша цель очень проста:
предложить вам качественную
программу с лучшей на
сегодняшний день системой
преподавания, чтобы вы могли
достичь совершенства в
вашей профессии”*





Профессиональные навыки

- ♦ Познакомиться с новыми задачами в области общественного здравоохранения, следуя принципам зеленой и устойчивой экономики
- ♦ Провести SWOT-анализ, чтобы понять особенности бизнеса и окружающей среды и суметь воспользоваться преимуществами, которые они дают
- ♦ Осуществлять экономическое и финансовое управление компанией
- ♦ Разработать и внедрить соответствующую бизнес-модель для привлечения потенциальных клиентов
- ♦ Научиться оптимально общаться с клиентом, чтобы улучшить его впечатления от посещения ветеринарного центра
- ♦ Разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии, улучшающие работу компании
- ♦ Глубоко изучить профиль сотрудников компании, чтобы расставить их на наиболее подходящие должности и оценить эффективность их работы
- ♦ Руководить компанией, обладая способностью разрешать внутренние конфликты в компании
- ♦ Применять модель бережливого управления

04

Руководство курса

В рамках концепции комплексного качества нашего курса мы гордимся тем, что можем предложить вам преподавательский состав самого высокого уровня, подобранный с учетом их накопленного опыта. В состав многопрофильной команды входят специалисты из разных областей, обладающие различными профессиональными навыками. Уникальная возможность учиться у лучших.



“

Наши преподаватели будут направлять свой опыт и педагогические навыки, чтобы предложить вам стимулирующий и творческий процесс специализации”

Руководство



Г-н Барренече Мартинес, Энрике

- ♦ Степень бакалавра ветеринарии в Мадридском университете Комплутенсе в 1990, специализация в области применения управления ветеринарными центрами с 2009, эксклюзивная практика с 2018
- ♦ Директор консалтинговой компании VetsPower.com, занимающейся бизнес-консультированием исключительно ветеринарных медицинских центров для животных-компаньонов
- ♦ Инструктор для руководителей ветеринарных центров и профессиональных ветеринарных команд

Преподаватели

Г-н Вильялуэнга, Хосе Луис

- ♦ Биолог, диплом в области управления маркетингом
- ♦ Степень магистра в области цифрового маркетинга
- ♦ Степень магистра в области руководства и управления человеческими ресурсами
- ♦ Ассистирующий преподаватель программ бакалавриата ветеринарии, Университет Альфонсо X Мудрого UAX, Мадрид
- ♦ CEO прибыльности в ветеринарии

Г-н Муньос Севилья, Карлос

- ♦ Степень бакалавра ветеринарной медицины в Мадридском университете Комплутенсе. Выпуск 1985-1990 гг
- ♦ MBA Университета Хайме I-(UJI), курс 2017-18 гг
- ♦ Преподаватель программ анестезиологии и управления ветеринарной клиникой в Университете Карденаль Эррера CEU, с ноября 2011 года по настоящее время
- ♦ Член AGESVET с момента его основания и до 2018
- ♦ Участник разработки и обучения модуля AGESVET по управлению персоналом

Г-н Мартин Гонсалес, Абель

- ♦ Степень бакалавра ветеринарии в Мадридском университете Комплутенсе, 1989
- ♦ Обучение в докторантуре, без защиты диссертации
- ♦ Сотрудничающий преподаватель с Управлением сообщества Кастиль Ла-Манча на курсах по управлению животноводческими фермами
- ♦ Лекции по УЗИ и репродуктивному контролю, организованные AESLA (Asociación de Criadores de Raza Lacaunne) в различных сообществах Испании
- ♦ Участник цикла конференций по борьбе с болезнями быков, организованных Мадридской ветеринарной ассоциацией
- ♦ Лекции по управлению ветеринарными центрами, организованные Группой управления AVEPA
- ♦ Участник нескольких национальных конгрессов, организованных AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- ♦ Эксперт INCUAL в разработке проекта профессиональной квалификации в области помощи и санитарной помощи при содержании животных Грани
- ♦ Ветеринар в свободной клинической практике на фермах крупного рогатого скота, овец, лошадей и свиней, в качестве технического директора там же, на фермах крупного рогатого скота, овец, лошадей и свиней
- ♦ 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
- ♦ Технический директор марки качества мяса Сьерра-де-Сан-Висенте
- ♦ Директор ветеринарного центра Talavera и ветеринарной клиники Veso в Талавера-де-ла-Рейна (Толедо)
- ♦ Директор клинической ветеринарной больницы Talavera
- ♦ Член-основатель CEVE (Испанской конфедерации ветеринарного бизнеса), где в настоящее время является вице-президентом
- ♦ Член Комиссии по здравоохранению и Цифровой комиссии CEVE
- ♦ Член нескольких национальных и международных профессиональных ассоциаций, таких как AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO
- ♦ Член комиссии по цифровым технологиям CEOE (Конфедерация испанских бизнес-организаций)

Г-н Ротжер Кампинс, Себастиа

- ♦ Высший инженер в Telecomunicaciones
- ♦ Степень бакалавра в области мореплавания и морского транспорта
- ♦ Капитан торгового флота
- ♦ Профессиональный инструктор по дайвингу
- ♦ 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

Г-жа Салено, Делия

- ♦ Степень бакалавра ветеринарии, клинический ветеринар животных-компаньонов
- ♦ Владелец ветеринарного медицинского центра в Пальма-де-Майорке
- ♦ Ведущий представитель ветеринарной отрасли Испании
- ♦ Публикации мнений, распространение и исследования в области воспроизводства животных и цитогенетики



*Команда высокого уровня
для специализации
высочайшего качества"*

05

Структура и содержание

Содержание данного курса было разработано его экспертами с четкой целью: гарантировать, что студенты приобретут все необходимые навыки, чтобы стать настоящими экспертами в этой области. Содержание этой программы позволит вам изучить все аспекты различных дисциплин, связанных с этой областью. Комплексная и хорошо структурированная программа, которая приведет вас к высочайшим стандартам качества оказания медицинской помощи и карьерного роста.





“

Наша учебная программа разработана с учетом эффективности преподавания, чтобы вы учились быстрее, эффективнее и на более постоянной основе”

Модуль 1. Лидерство, этика и КСО

- 1.1. Глобализация и управление
 - 1.1.1. Глобализация и тенденции: интернационализация рынков
 - 1.1.2. Экономическая среда и корпоративное управление
 - 1.1.3. Accountability или подотчетность
- 1.2. Лидерство
 - 1.2.1. Межкультурная среда
 - 1.2.2. Лидерство и менеджмент
 - 1.2.3. Роли и обязанности руководства
- 1.3. Деловая этика
 - 1.3.1. Этика и целостность
 - 1.3.2. Этичное ведение бизнеса
 - 1.3.3. Деонтология, этические кодексы и кодексы поведения
 - 1.3.4. Предотвращение мошенничества и коррупции
- 1.4. Устойчивое развитие
 - 1.4.1. Бизнес и устойчивое развитие
 - 1.4.2. Социальное, экологическое и экономическое воздействие
 - 1.4.3. Повестка дня на 2030 год и цели устойчивого развития
- 1.5. Корпоративная социальная ответственность
 - 1.5.1. Социальная ответственность компаний
 - 1.5.2. Роли и обязанности
 - 1.5.3. Внедрение корпоративной социальной ответственности

Модуль 2. Стратегическое управление и управленческий менеджмент

- 2.1. Анализ и организационная разработка
 - 2.1.1. Организационная культура
 - 2.1.2. Организационный анализ
 - 2.1.3. Дизайн организационной структуры
- 2.2. Корпоративная стратегия
 - 2.2.1. Стратегия на корпоративном уровне
 - 2.2.2. Типологии стратегий корпоративного уровня
 - 2.2.3. Определение корпоративной стратегии
 - 2.2.4. Корпоративная стратегия и репутационный имидж
- 2.3. Стратегическое планирование и формулирование
 - 2.3.1. Стратегическое мышление
 - 2.3.2. Формулирование и стратегическое планирование
 - 2.3.3. Устойчивость и корпоративная стратегия
- 2.4. Стратегические модели и паттерны
 - 2.4.1. Богатство, стоимость и возврат инвестиций
 - 2.4.2. Корпоративная стратегия: методики
 - 2.4.3. Рост и консолидация корпоративной стратегии
- 2.5. Стратегическое управление
 - 2.5.1. Миссия, видение и стратегические ценности
 - 2.5.2. Система сбалансированных показателей
 - 2.5.3. Анализ, мониторинг и оценка корпоративной стратегии
 - 2.5.4. Стратегическое управление и отчетность
- 2.6. Стратегическая реализация и исполнение
 - 2.6.1. Стратегическая реализация: цели, действия и последствия
 - 2.6.2. Мониторинг и стратегическое согласование
 - 2.6.3. Подход к постоянному совершенствованию
- 2.7. Управленческий менеджмент
 - 2.7.1. Интеграция функциональных стратегий в общие бизнес-стратегии
 - 2.7.2. Политика и процессы управления
 - 2.7.3. Менеджмент знания
- 2.8. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 2.8.1. Методология решения проблем
 - 2.8.2. Кейс-метод
 - 2.8.3. Позиционирование и принятие решений

Модуль 3. Управление людьми и талантами

- 3.1. Организационное поведение
 - 3.1.1. Теория организаций
 - 3.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
 - 3.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 3.2. Стратегическое управление персоналом
 - 3.2.1. Разработка рабочих мест, найм и отбор персонала
 - 3.2.2. Стратегический план управления человеческими ресурсами: разработка и реализация
 - 3.2.3. Анализ рабочих мест; проектирование процесса подбора персонала
 - 3.2.4. Обучение и профессиональное развитие
- 3.3. Развитие менеджмента и лидерство
 - 3.3.1. Управленческие навыки: компетенции и умения XXI века
 - 3.3.2. Не управленческие навыки
 - 3.3.3. Карта компетенций и навыков
 - 3.3.4. Лидерство и управление персоналом
- 3.4. Управление изменениями
 - 3.4.1. Анализ производительности
 - 3.4.2. Стратегический подход
 - 3.4.3. Управление изменениями: ключевые факторы, разработка и управление процессом
 - 3.4.4. Подход к постоянному совершенствованию
- 3.5. Переговоры и управление конфликтами
 - 3.5.1. Цели переговоров: отличительные элементы
 - 3.5.2. Эффективные методы ведения переговоров
 - 3.5.3. Конфликты: факторы и типологии
 - 3.5.4. Эффективное управление конфликтами: переговоры и коммуникация
- 3.6. Управленческая коммуникация
 - 3.6.1. Анализ производительности
 - 3.6.2. Управление переменами. Сопротивление переменам
 - 3.6.3. Управление процессами изменений
 - 3.6.4. Управление мультикультурными командами

- 3.7. Управление командой и эффективность работы людей
 - 3.7.1. Мультикультурная и мультидисциплинарная среда
 - 3.7.2. Управление командами и людьми
 - 3.7.3. Коучинг и эффективность работы персонала
 - 3.7.4. Совещания руководства: планирование и управление временем
- 3.8. Управление знаниями и талантами
 - 3.8.1. Выявление знаний и талантов в организациях
 - 3.8.2. Корпоративные модели управления знаниями и талантами
 - 3.8.3. Креативность и инновации

Модуль 4. Экономический и финансовый менеджмент

- 4.1. Экономическая среда
 - 4.1.1. Теория организаций
 - 4.1.2. Ключевые факторы изменений в организациях
 - 4.1.3. Корпоративные стратегии, типологии и управление знаниями
- 4.2. Управленческий учет
 - 4.2.1. Международная система бухгалтерского учета
 - 4.2.2. Введение в цикл бухгалтерского учета
 - 4.2.3. Бухгалтерская отчетность предприятий
 - 4.2.4. Анализ финансовых отчетов: принятие решений
- 4.3. Бюджет и управленческий контроль
 - 4.3.1. Планирование бюджета
 - 4.3.2. Управленческий контроль: структура и цели
 - 4.3.3. Мониторинг и отчетность
- 4.4. Налоговая ответственность компаний
 - 4.4.1. Корпоративная финансовая ответственность
 - 4.4.2. Налоговая процедура: Подход с учетом конкретных стран
- 4.5. Системы корпоративного контроля
 - 4.5.1. Типологии контроля
 - 4.5.2. Нормативно-правовое соблюдение/комплаенс
 - 4.5.3. Внутренний аудит
 - 4.5.4. Внешний аудит



- 4.6. Финансовый менеджмент
 - 4.6.1. Введение в финансовый менеджмент
 - 4.6.2. Финансовый менеджмент и корпоративная стратегия
 - 4.6.3. Финансовый директор или Chief Financial Officer (CFO): управленческие компетенции
- 4.7. Финансовое планирование
 - 4.7.1. Бизнес-модели и потребности в финансировании
 - 4.7.2. Инструменты финансового анализа
 - 4.7.3. Краткосрочное финансовое планирование
 - 4.7.4. Долгосрочное финансовое планирование
- 4.8. Корпоративная финансовая стратегия
 - 4.8.1. Корпоративные финансовые инвестиции
 - 4.8.2. Стратегический рост: типологии
- 4.9. Макроэкономический контекст
 - 4.9.1. Макроэкономический анализ
 - 4.9.2. Краткосрочные показатели
 - 4.9.3. Экономический цикл
- 4.10. Стратегическое финансирование
 - 4.10.1. Банковский бизнес: Текущая среда
 - 4.10.2. Анализ и управление рисками
- 4.11. Деньги и рынки капитала
 - 4.11.1. Рынок фиксированного дохода
 - 4.11.2. Рынок акций
 - 4.11.3. Оценка компаний
- 4.12. Анализ и решение кейсов/проблем
 - 4.12.1. Методология решения проблем
 - 4.12.2. Кейс-метод

Модуль 5. Управление операциями и логистикой

- 5.1. Управление операциями
 - 5.1.1. Определение стратегии операций
 - 5.1.2. Планирование и контроль цепочки поставок
 - 5.1.3. Системы индикаторов
- 5.2. Управление закупками
 - 5.2.1. Управление запасами
 - 5.2.2. Управление складом
 - 5.2.3. Управление закупками и снабжением
- 5.3. *Управление цепями поставок (I)*
 - 5.3.1. Стоимость и эффективность цепочки операций
 - 5.3.2. Изменение структуры спроса
 - 5.3.3. Изменение стратегии операционной деятельности
- 5.4. *Управление цепями поставок (II). Исполнение*
 - 5.4.1. *Бережливое производство/Бережливое мышление*
 - 5.4.2. Управление логистикой
 - 5.4.3. Закупки
- 5.5. Логистические процессы
 - 5.5.1. Организация и управление процессами
 - 5.5.2. Закупки, производство, распределение
 - 5.5.3. Качество, затраты на качество и инструменты
 - 5.5.4. Послепродажное обслуживание
- 5.6. Логистика и клиенты
 - 5.6.1. Анализ спроса и прогнозирование
 - 5.6.2. Прогнозирование и планирование продаж
 - 5.6.3. Совместное планирование, прогнозирование и замена
- 5.7. Международная логистика
 - 5.7.1. Таможни, экспортные и импортные процессы
 - 5.7.2. Форматы и средства международных платежей
 - 5.7.3. Международные логистические платформы
- 5.8. Конкуренция от деятельности
 - 5.8.1. Инновации в операционной деятельности как конкурентное преимущество предприятия
 - 5.8.2. Новые технологии и науки
 - 5.8.3. Информационные системы в операциях

Модуль 6. Управление информационными системами

- 6.1. Управление информационными системами
 - 6.1.1. Информационные системы в бизнесе
 - 6.1.2. Стратегические решения
 - 6.1.3. Роль CIO
- 6.2. Информационные технологии и бизнес-стратегий
 - 6.2.1. Анализ компании и отрасли
 - 6.2.2. Бизнес-модели, основанные в Интернете
 - 6.2.3. Ценность ИТ в компании
- 6.3. Стратегическое планирование информационных систем (ИС)
 - 6.3.1. Процесс стратегического планирования
 - 6.3.2. Формулировка стратегии ИС
 - 6.3.3. План реализации стратегии
- 6.4. Информационные системы и *Business Intelligence*
 - 6.4.1. CRM и *Business Intelligence*
 - 6.4.2. Управление проектами *Business Intelligence*
 - 6.4.3. Архитектура *Business Intelligence*
- 6.5. Новые бизнес-модели, основанные на ИКТ
 - 6.5.1. Бизнес-модели на основе технологий
 - 6.5.2. Способность к инновациям
 - 6.5.3. Перепроектирование процессов цепочки создания стоимости
- 6.6. Электронная коммерция
 - 6.6.1. Стратегический план электронной коммерции
 - 6.6.2. Управление логистикой и обслуживанием клиентов в электронной коммерции
 - 6.6.3. Электронная коммерция как возможность интернационализации
- 6.7. Стратегии электронного бизнеса
 - 6.7.1. Стратегии в социальных сетях
 - 6.7.2. Оптимизация каналов обслуживания и поддержки клиентов
 - 6.7.3. Цифровое регулирование
- 6.8. *Цифровой бизнес*
 - 6.8.1. Мобильная электронная коммерция
 - 6.8.2. Дизайн и юзабилити
 - 6.8.3. Операции электронной коммерции

Модуль 7. Коммерческий менеджмент, маркетинг и корпоративные коммуникации

- 7.1. Управление маркетингом
 - 7.1.1. Управление продажами
 - 7.1.2. Коммерческая стратегия
 - 7.1.3. Техники продаж и ведения переговоров
 - 7.1.4. Управление отделом продаж
- 7.2. Маркетинг
 - 7.2.1. Маркетинг и влияние на бизнес
 - 7.2.2. Основные переменные маркетинга
 - 7.2.3. План маркетинга
- 7.3. Стратегическое управление маркетингом
 - 7.3.1. Источники инноваций
 - 7.3.2. Современные тенденции в маркетинге
 - 7.3.3. Инструменты маркетинга
 - 7.3.4. Маркетинговая стратегия и коммуникация с клиентами
- 7.4. Стратегия цифрового маркетинга
 - 7.4.1. Подход к цифровому маркетингу
 - 7.4.2. Инструменты цифрового маркетинга
 - 7.4.3. Входящий маркетинг и эволюция цифрового маркетинга
- 7.5. Стратегия продаж и коммуникации
 - 7.5.1. Позиционирование и продвижение
 - 7.5.2. Связи с общественностью
 - 7.5.3. Стратегия продаж и коммуникации
- 7.6. Корпоративная коммуникация
 - 7.6.1. Внутренняя и внешняя коммуникация
 - 7.6.2. Отдел коммуникаций
 - 7.6.3. Менеджеры по коммуникации (DIRCOM): управленческие компетенции и обязанности
- 7.7. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.7.1. Корпоративная коммуникационная стратегия
 - 7.7.2. План коммуникации
 - 7.7.3. Написание пресс-релизов/клиппинг/реклама

Модуль 8. Инновации и управление проектами

- 8.1. Инновации
 - 8.1.1. Концептуальная рамка инновации
 - 8.1.2. Типологии инноваций
 - 8.1.3. Непрерывные и прерывистые инновации
 - 8.1.4. Подготовка и инновации
- 8.2. Инновационная стратегия
 - 8.2.1. Инновации и корпоративная стратегия
 - 8.2.2. Глобальный инновационный проект: разработка и управление
 - 8.2.3. Семинары по инновациям
- 8.3. Разработка и валидация бизнес-модели
 - 8.3.1. Методология *бережливого стартапа*
 - 8.3.2. Инновационная бизнес-инициатива: этапы
 - 8.3.3. Способы финансирования
 - 8.3.4. Инструменты моделирования: карта эмпатии, модель canvas и метрики
 - 8.3.5. Рост и лояльность
- 8.4. Руководство и управление проектами
 - 8.4.1. Инновационные возможности
 - 8.4.2. Изучение целесообразности и конкретизация предложений
 - 8.4.3. Определение и разработка проектов
 - 8.4.4. Реализация проектов
 - 8.4.5. Закрытие проектов

Модуль 9. Экономический сектор ветеринарно-санитарных центров

- 9.1. Роль животного-компаньона в современном обществе
 - 9.1.1. Животные-компаньоны и их польза для физического и эмоционального здоровья людей
 - 9.1.2. Животные-компаньоны и здоровое развитие несовершеннолетних
 - 9.1.3. Животные-компаньоны и здоровое старение
 - 9.1.4. Животные-компаньоны и преимущества для сосуществования в обществе
 - 9.1.5. Жестокое обращение с животными и его связь с насилием в семейном окружении
 - 9.1.6. Животные в контексте терапии и ухода
- 9.2. Роль компании в современном социальном контексте
 - 9.2.1. Корпоративная социальная ответственность
 - 9.2.2. Климатическое изменение и «Новый зелёный курс»
 - 9.2.3. Цели устойчивого развития (ЦУР) и план на 2030 год
 - 9.2.4. Задачи для ветеринарного бизнеса
- 9.3. Рынок животных-компаньонов
 - 9.3.1. Промышленность, розничная торговля и дистрибуция
 - 9.3.2. Услуги
 - 9.3.2.1. Клинические ветеринарные услуги
 - 9.3.2.2. Услуги дрессировки собак
 - 9.3.2.3. Услуги груминга
 - 9.3.2.4. Контроль популяций одичавших животных
 - 9.3.3. Продажа ветеринарных препаратов
 - 9.3.4. Разведение и продажа домашних животных
 - 9.3.5. НКО
- 9.4. Типология ветеринарных медицинских центров и услуг
 - 9.4.1. Ветеринарные лечебные центры
 - 9.4.2. Ветеринарные медицинские услуги
 - 9.4.3. Государственно-частные партнёрские отношения
- 9.5. Макроэкономическая ситуация в секторе клинической ветеринарии
 - 9.5.1. Отраслевая социально-экономическая ситуация
 - 9.5.2. Трудовая ситуация в секторе

- 9.6. Цифровое здравоохранение в ветеринарном секторе
 - 9.6.1. Дигитализация ветеринарного сектора
 - 9.6.2. Факторы и цифровые инструменты, которые будут способствовать изменениям
 - 9.6.3. Факторы, сдерживающие развитие цифровых технологий
 - 9.6.4. Цифровые отличительные факторы
 - 9.6.5. Текущая ситуация и цифровые задачи в ветеринарном секторе
- 9.7. Концепция "Единого здравоохранения", применяемой в ветеринарных лечебных центрах
 - 9.7.1. Общая концепция «одно здоровье - одно благополучие»
 - 9.7.2. Роль клинического ветеринара в "Едином здравоохранении"
- 9.8. Обучение профессиональных категорий в ветеринарных лечебных центрах
 - 9.8.1. Современный контекст обучения в секторе и реальные потребности ветеринарных лечебных центров
 - 9.8.2. Непрерывное обучение
 - 9.8.3. Двойное обучение
- 9.9. Отраслевая бизнес-стратегия
 - 9.9.1. Деловое партнерство: что это такое, как оно практикуется и для чего оно нужно
 - 9.9.2. Проактивное вмешательство в создание нормативных актов, влияющих на сектор
- 9.10. Время неопределенности, время перемен и рыночных тенденций
 - 9.10.1. Работник с новыми понятиями и восприятием
 - 9.10.2. Клиент с новыми запросами и потребностями
 - 9.10.3. Новые задачи в общественном здравоохранении
 - 9.10.4. Новые формы коммуникации



Модуль 10. Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах

- 10.1. Бизнес-план, применяемый в ветеринарных центрах
 - 10.1.1. Планирование и контроль: две стороны одной медали
 - 10.1.2. Зачем и почему нужен план?
 - 10.1.3. Кто должен его разрабатывать?
 - 10.1.4. Когда его нужно разрабатывать?
 - 10.1.5. Как его разработать?
 - 10.1.6. Нужно ли разрабатывать его в письменной форме?
 - 10.1.7. Вопросы, на которые следует ответить
 - 10.1.8. Части бизнес-плана
- 10.2. Внешний анализ I: среда ветеринарных центров
 - 10.2.1. Что она должна содержать?
 - 10.2.2. Политическая среда
 - 10.2.3. Экономическая среда
 - 10.2.4. Социальная среда
 - 10.2.5. Технологическая среда
 - 10.2.6. Экологическая среда
 - 10.2.7. Правовая среда
- 10.3. Внешний анализ II: конкурентная среда, применяемая к сектору ветеринарных центров
 - 10.3.1. Клиенты
 - 10.3.2. Конкуренция
 - 10.3.3. Поставщики
 - 10.3.4. Прочее
- 10.4. Внутренний анализ ветеринарного центра
 - 10.4.1. Установки и оборудование
 - 10.4.2. Персонал
 - 10.4.3. Доходы/Расходы
 - 10.4.4. Клиенты
 - 10.4.5. Цены
 - 10.4.6. Услуги
 - 10.4.7. Коммуникация с клиентами
 - 10.4.8. Образование
 - 10.4.9. Поставщики
 - 10.4.10. Конкуренция
- 10.5. SWOT-анализ, применяемый в ветеринарных центрах
 - 10.5.1. Слабости
 - 10.5.2. Сильные стороны
 - 10.5.3. Угрозы
 - 10.5.4. Возможности
 - 10.5.5. Исправление
 - 10.5.6. Решение
 - 10.5.7. Поддержка
 - 10.5.8. Эксплуатация
- 10.6. Цели ветеринарных центров как компаний
 - 10.6.1. Что это?
 - 10.6.2. Характеристики: SMART
 - 10.6.3. Типы
- 10.7. Бизнес-стратегии в ветеринарных центрах
 - 10.7.1. 7 столпов маркетинговых услуг
 - 10.7.2. Продукты и услуги
 - 10.7.3. Цена
 - 10.7.4. Распространение
 - 10.7.5. Коммуникация
 - 10.7.6. Люди
 - 10.7.7. Процедура
 - 10.7.8. Испытания
- 10.8. План действий для стратегии ветеринарного центра
 - 10.8.1. Из чего он состоит?
 - 10.8.2. Как разработать стратегию?
 - 10.8.3. Что следует учитывать в каждом действии?
 - 10.8.4. Расстановка приоритетов действий на основе актуальности для бизнеса
 - 10.8.5. Календарь

- 10.9. План контроля и мониторинг бизнес-плана ветеринарного центра
 - 10.9.1. Планирование и контроль
 - 10.9.2. Что это такое и зачем это нужно?
 - 10.9.3. Кто и как должен контролировать?
 - 10.9.4. Контроль на основе показателей
 - 10.9.5. Принятие решений
- 10.10. План действий при чрезвычайных ситуациях, применяемый в бизнес-плане ветеринарного центра
 - 10.10.1. Что это такое и для чего это нужно?
 - 10.10.2. Как это сделать?
 - 10.10.3. Как его использовать?

Модуль 11. Финансы, применяемые к ветеринарным центрам

- 11.1. Расходы и доходы в ветеринарном центре
 - 11.1.1. Постоянные расходы
 - 11.1.2. Переменные расходы
 - 11.1.3. Прямые затраты
 - 11.1.4. Косвенные затраты
 - 11.1.5. Доходы от услуг
 - 11.1.6. Доход от реализации продукции
 - 11.1.7. Валовая маржа
 - 11.1.8. Чистая маржа
 - 11.1.9. Маржа на покупку
 - 11.1.10. Маржа при продаже
- 11.2. Подсчет результатов ветеринарного центра
 - 11.2.1. EBITDA
 - 11.2.2. EBIT или BAII
 - 11.2.3. Прибыльность
 - 11.2.4. Производительность
 - 11.2.5. Чистый результат
- 11.3. Управление складскими запасами в ветеринарном центре
 - 11.3.1. Себестоимость продаж
 - 11.3.2. Характеристики системы управления запасами
 - 11.3.3. Закупки и контроль запасов
 - 11.3.4. Точка оповещения о запасах
 - 11.3.5. Безопасный запас
 - 11.3.6. Точка повторного заказа
 - 11.3.7. Ротация запасов
- 11.4. Коэффициенты в ветеринарном центре. Точка безубыточности
 - 11.4.1. Основные практические ключевые фигуры в ветеринарном центре
 - 11.4.1.1. Частота операций
 - 11.4.1.2. Средняя сумма сделки
 - 11.4.1.3. Средние расходы на одного клиента
 - 11.4.1.4. Количество транзакций в день
 - 11.4.1.5. Количество транзакций в год
 - 11.4.2. Понятие точки безубыточности
 - 11.4.3. Перспективный расчет безубыточности
 - 11.4.4. Ретроспективный расчет безубыточности
- 11.5. Анализ стоимости услуг в ветеринарном центре. Технологические инвестиции
 - 11.5.1. Основы анализа затрат в ветеринарных учреждениях
 - 11.5.1.1. Анализ затрат в ветеринарной практике
 - 11.5.1.2. Анализ затрат на другие профессиональные услуги
 - 11.5.2. Расчет экономической эффективности технологических инвестиций
- 11.6. Контроль денежных потоков и управление бюджетом в ветеринарных учреждениях
 - 11.6.1. Основы контроля денежных средств
 - 11.6.2. Инструменты контроля денежных средств
 - 11.6.3. Основы бюджетного управления
 - 11.6.4. Инструменты бюджетного управления
- 11.7. Экономическая оценка ветеринарного центра
 - 11.7.1. Основы для экономической оценки ветеринарного центра
 - 11.7.2. Методология для оценки ветеринарного центра
 - 11.7.3. Деловая репутация



- 11.8. Ключевые показатели управления в ветеринарных центрах
 - 11.8.1. Понятия
 - 11.8.2. Основная информация
 - 11.8.3. Наиболее часто встречающиеся показатели в ветеринарных центрах
 - 11.8.4. Основные показатели человеческих ресурсов
 - 11.8.5. Основные показатели качества обслуживания клиентов
 - 11.8.6. Выбор основных показателей управления
- 11.9. Система финансовых показателей, применяемых к ветеринарным центрам
 - 11.9.1. Основы системы финансовых показателей
 - 11.9.2. Анализ тенденций и сравнение между периодами
 - 11.9.3. Операции с системой показателей
 - 11.9.4. Интерпретация результатов системы показателей
- 11.10. Балансовый отчет в ветеринарном центре
 - 11.10.1. Понятие
 - 11.10.2. Структура балансового отчета
 - 11.10.3. Состав балансового отчета
 - 11.10.4. Оценка активов
 - 11.10.5. Диагностика балансового отчета и подсчет результатов
 - 11.10.6. Анализ балансового отчета
 - 11.10.7. Изучение наиболее интересных коэффициентов балансового отчета
 - 11.10.8. Динамический анализ собственного капитала
 - 11.10.9. Анализ отчета о прибылях и убытках
 - 11.10.10. Показатели подсчета результатов

Модуль 12. Бизнес-стратегия и инновации в ветеринарных центрах

- 12.1. Роль руководителя ветеринарного центра
 - 12.1.1. Общее управление
 - 12.1.2. Управление человеческими ресурсами
 - 12.1.3. Финансовый менеджмент
 - 12.1.4. Управление гигиеной труда
 - 12.1.5. Управление информационными технологиями
 - 12.1.6. Управление маркетингом и продажами
 - 12.1.7. Управление обслуживанием клиентов и связи с общественностью
 - 12.1.8. Управление изменениями
- 12.2. Стратегическое планирование в ветеринарных центрах
 - 12.2.1. Определения
 - 12.2.2. Смысл бизнес-стратегии
 - 12.2.3. Стратегический план ветеринарного центра
- 12.3. Физиологический этап стратегического планирования ветеринарного центра
 - 12.3.1. Определение
 - 12.3.2. Элементы
 - 12.3.2.1. Миссия
 - 12.3.2.2. Видение
 - 12.3.2.3. Ценности
 - 12.3.2.4. Инструменты
 - 12.3.2.5. Стратегические цели
 - 12.3.3. Практические примеры
- 12.4. Бизнес-модели, применяемые в традиционных ветеринарных центрах
 - 12.4.1. Введение
 - 12.4.2. Структура ветеринарных центров
 - 12.4.3. Услуги
 - 12.4.4. Комплектование штата ветеринарного центра
- 12.5. Исследования для инноваций в ветеринарных учреждениях
 - 12.5.1. Концепция инноваций в ветеринарном секторе
 - 12.5.2. Стратегия голубого океана, применяемая к ветеринарным центрам
 - 12.5.2.1. Понятие
 - 12.5.2.2. Аналитические инструменты
 - 12.5.3. Методология Canvas для инноваций в ветеринарных центрах
 - 12.5.3.1. Описание
 - 12.5.3.2. Операции
 - 12.5.4. Формулировка для инноваций в ветеринарных центрах
 - 12.5.4.1. Создание новых идей и синтез
 - 12.5.4.2. Эпицентры инновации
- 12.6. Разработка ценностного предложения для клиентов ветеринарного центра
 - 12.6.1. Профиль клиента/пользователя ветеринарных центров
 - 12.6.2. Карта ценностей
 - 12.6.3. Соответствие между ценностным предложением и профилем клиента применительно к ветеринарным центрам
- 12.7. Создание прототипов инновации, применяемых к ветеринарным центрам
 - 12.7.1. Минимально жизнеспособная инновационная система
 - 12.7.2. Глобальная оценочная карточка инноваций
 - 12.7.3. Оперативный инновационный план
- 12.8. Типы бизнес-моделей в секторе ветеринарного здравоохранения
 - 12.8.1. Дезагрегирование бизнес-моделей
 - 12.8.2. *Длинный хвост*
 - 12.8.3. Многосторонние платформы
 - 12.8.4. Бесплатная бизнес-модель (*Freemium*)
 - 12.8.5. Открытые бизнес-модели
- 12.9. *Дизайн-мышление* и его применение в ветеринарных центрах
 - 12.9.1. Понятие
 - 12.9.2. Рекомендации и секреты
 - 12.9.3. Инструменты
- 12.10. Исследования для постоянного улучшения бизнес-стратегии в ветеринарных центрах
 - 12.10.1. Мониторинг стратегического плана ветеринарного центра
 - 12.10.2. Внедрение улучшений в стратегию ветеринарного центра

Модуль 13. Клиент/пользователь ветеринарных центров

- 13.1. Обслуживание клиентов в ветеринарных центрах
 - 13.1.1. Превосходство в обслуживании клиентов
 - 13.1.2. Управление обслуживанием клиентов
 - 13.1.3. Комплаенс в ветеринарных центрах как инструмент лояльности
- 13.2. Личная коммуникация в ветеринарных центрах
 - 13.2.1. Практические преимущества коммуникации с клиентами
 - 13.2.2. Современная парадигма
 - 13.2.3. Потребности клиентов
 - 13.2.4. Управление качеством обслуживания клиентов
 - 13.2.4.1. Каналы коммуникации с клиентами
 - 13.2.4.2. Компьютерные системы/базы данных (CRM)
 - 13.2.4.3. Опросы для оценки качества
- 13.3. Основные коммуникативные навыки для специалистов ветеринарных центров
 - 13.3.1. Постановка вопросов в профессиональной коммуникации
 - 13.3.2. Умение слушать в профессиональной коммуникации
 - 13.3.3. Невербальная коммуникация
 - 13.3.4. Вербальная коммуникация
 - 13.3.5. Проксемиа в ветеринарных центрах
- 13.4. Эмпатия как фундаментальный навык в XXI веке в отношении с клиентами в ветеринарных центрах
 - 13.4.1. Определение и описание
 - 13.4.2. Проявление эмпатии
 - 13.4.3. Инструменты для работы над эмпатией с клиентами в ветеринарных центрах
- 13.5. Методология успешного разрешения сложных ситуаций с клиентами ветеринарных центров
 - 13.5.1. Четыре основные привычки высокоэффективных клиницистов
 - 13.5.2. Характеристики конфликтов между практикующими врачами и их клиентами
 - 13.5.3. Методология разрешения сложных ситуаций с клиентами ветеринарных центров
 - 13.5.3.1. Определить проблему
 - 13.5.3.2. Определение значения
 - 13.5.3.3. Использование возможностей
 - 13.5.3.4. Установление границ отношений
 - 13.5.3.5. Оказание помощи в решении проблемы
 - 13.5.4. Инструмент для улучшения навыков профессиональной коммуникации
- 13.6. Коммуникация в ветеринарной практике
 - 13.6.1. Введение
 - 13.6.2. Модель Калгари-Кембридж применительно к ветеринарной практике
 - 13.6.2.1. Подготовительный этап
 - 13.6.2.2. Начало консультации
 - 13.6.2.3. Сбор информации
 - 13.6.2.4. Результаты и планирование
 - 13.6.2.5. Предоставление соответствующей информации
 - 13.6.2.6. Взаимопонимание
 - 13.6.2.7. Завершение консультации
 - 13.6.3. Сообщение плохих новостей клиентам ветеринарных центров
- 13.7. Стратегии работы с клиентами ветеринарного центра
 - 13.7.1. Маркетинг взаимоотношений
 - 13.7.2. Основные ожидания клиентов и пользователей ветеринарных центров
 - 13.7.3. Управление долгосрочными отношениями с клиентами
 - 13.7.3.1. Принцип - лучшее обслуживание для лучших клиентов
 - 13.7.3.2. Новая парадигма CRM
- 13.8. Сегментация и категоризация клиентов в ветеринарном центре
 - 13.8.1. Сегменты и портфели клиентов
 - 13.8.1.1. Процесс картеризации в ветеринарных центрах
 - 13.8.2. Стратегические преимущества картеризации
 - 13.8.3. Наиболее ценные клиенты (НЦК)
- 13.9. Клиентский опыт (CX) и пользовательский опыт (UX) в ветеринарных центрах
 - 13.9.1. Момент истины
 - 13.9.2. Элементы, составляющие клиентский опыт
 - 13.9.3. Пользовательский опыт
- 13.10. Практическое применение клиентского и пользовательского опыта в ветеринарных центрах
 - 13.10.1. Фазы
 - 13.10.1.1. Изучение и анализ пользовательского опыта
 - 13.10.1.2. Определение эмпирической платформы
 - 13.10.1.3. Разработка и планирование опыта
 - 13.10.1.4. Структурирование контакта или встречи с клиентами
 - 13.10.1.5. Практическая методология

Модуль 14. Маркетинг, применяемый в ветеринарных центрах

- 14.1. Маркетинг в ветеринарных центрах
 - 14.1.1. Определения
 - 14.1.2. Потребности и мотивы закупок
 - 14.1.3. Спрос и предложение
 - 14.1.4. Эволюция маркетинга
 - 14.1.5. Современные компании
 - 14.1.6. Сегодняшний клиент
 - 14.1.7. Лояльность: Маркетинг в XXI веке
- 14.2. Что продается в ветеринарных центрах?
 - 14.2.1. Продукты
 - 14.2.2. Услуги
 - 14.2.3. Различия между продуктами и услугами
 - 14.2.4. 4P продуктов
 - 14.2.5. 7P услуг
- 14.3. Услуги и продукты в ветеринарных центрах
 - 14.3.1. Пакет услуг
 - 14.3.2. Портфель продуктов
 - 14.3.3. Как продавать продукты
 - 14.3.4. Как продавать услуги
 - 14.3.5. Добавленная стоимость
 - 14.3.6. Техника CAGE
 - 14.3.7. Нейромаркетинг и его применение в продажах
- 14.4. Ценообразование на услуги и продукцию в ветеринарных центрах
 - 14.4.1. Значение цены в компании
 - 14.4.2. Относительность цены в сфере услуг
 - 14.4.3. Как установить цены на услугу?
 - 14.4.4. Как установить цены на продукт?
 - 14.4.5. Прайс-лист
 - 14.4.6. Как установить цены на услугу для клиентов
 - 14.4.7. Как опровергнуть замечания о высокой цене
 - 14.4.8. Кривая эластичности спроса и цены
 - 14.4.9. Бизнес-модели ценообразования в ветеринарных центрах
 - 14.4.10. Как брать плату за все и что делать в противном случае
- 14.5. Коммуникация с клиентом в ветеринарных центрах
 - 14.5.1. Коммуникация с внутренним клиентом: сотрудники
 - 14.5.2. Потребность: координация сообщений
 - 14.5.3. Многоканальность и омниканальность
 - 14.5.4. В зале ожидания
 - 14.5.5. Обслуживание клиентов по телефону
 - 14.5.6. В консультационном кабинете
 - 14.5.7. Напоминания
 - 14.5.8. Профилактические оздоровительные кампании
 - 14.5.9. Dr. Google Vet. и управление им ветеринаром
 - 14.5.10. Причины, по которым клиент меняет ветеринара
 - 14.5.11. Опросы для оценки удовлетворения
 - 14.5.12. Жалобы в ветеринарном центре
- 14.6. Реклама в ветеринарных центрах
 - 14.6.1. С какими клиентами я хочу работать?
 - 14.6.2. Зал ожидания
 - 14.6.3. Рекламные элементы
 - 14.6.4. Письменные носители информации
 - 14.6.5. Цифровые СМИ
 - 14.6.6. Другие
- 14.7. Перекрестные продажи в ветеринарных центрах
 - 14.7.1. Что это такое и для чего это нужно?
 - 14.7.2. Виды перекрестных продаж
 - 14.7.3. Как его осуществить?
 - 14.7.4. Услуга + услуга
 - 14.7.5. Услуга + продукт
 - 14.7.6. Продукт + продукт
 - 14.7.7. Работа в команде
- 14.8. Мерчендайзинг
 - 14.8.1. Определения
 - 14.8.2. Столпы
 - 14.8.3. Цели
 - 14.8.4. Процесс принятия решения о покупке и виды покупки

- 14.8.5. Снаружи
 - 14.8.5.1. Фасад
 - 14.8.5.2. Идентичность
 - 14.8.5.3. Дверь
 - 14.8.5.4. Витрина
- 14.8.6. Интерьер
 - 14.8.6.1. Ассортимент
 - 14.8.6.2. Организация пространства
- 14.8.7. Управление запасами
- 14.8.8. Анимация в торговой точке
 - 14.8.8.1. Внешняя
 - 14.8.8.2. Внутренняя
 - 14.8.8.3. Реклама в местах продаж
 - 14.8.8.4. Акции
- 14.9. Цифровой маркетинг в ветеринарных центрах
 - 14.9.1. Общие сведения
 - 14.9.2. Эффект RORO
 - 14.9.3. *Смешанный маркетинг*: офлайн и онлайн
 - 14.9.4. Веб-страница ветеринарного центра
 - 14.9.5. Социальные сети, применяемые в ветеринарных центрах
 - 14.9.5.1. Facebook
 - 14.9.5.2. Twitter
 - 14.9.5.3. Instagram
 - 14.9.5.4. Каналы YouTube
 - 14.9.6. Маркетинг через электронную рассылку
 - 14.9.7. Инструменты для обмена мгновенными сообщениями
- 14.10. Инструменты лояльности для клиентов ветеринарных центров
 - 14.10.1. Не все клиенты имеют одинаковую ценность
 - 14.10.2. Планы здоровья
 - 14.10.3. Профилактические оздоровительные кампании
 - 14.10.4. Ветеринарные страховки
 - 14.10.5. Системы накопления баллов
 - 14.10.6. Купоны на скидки
 - 14.10.7. Другие

Модуль 15. Управление человеческими ресурсами в ветеринарных центрах

- 15.1. Комплектование штата ветеринарного центра
 - 15.1.1. Размер команды
 - 15.1.2. Компетенции и талант
 - 15.1.3. Функции, обязанности и задачи
- 15.2. Стратегическое кадровое планирование в ветеринарном центре II
 - 15.2.1. Анализ и описание рабочих должностей
 - 15.2.2. Цели должности
 - 15.2.3. Схема организации
- 15.3. Процесс отбора в ветеринарном центре
 - 15.3.1. Профили
 - 15.3.2. Оформление предложения о работе
 - 15.3.3. Получение и отбор резюме
- 15.4. Процесс отбора в ветеринарном центре II
 - 15.4.1. Чтение резюме: выявление компетенций, рекомендации
 - 15.4.2. Модель собеседования при приеме на работу, ключевые вопросы
 - 15.4.3. Коммуникация с кандидатами
- 15.5. Набор и прием на работу персонала в ветеринарном центре
 - 15.5.1. Набор персонала, профессиональные категории
 - 15.5.2. Начисление заработной платы
 - 15.5.3. Процесс приема
- 15.6. Обучение команды ветеринарного центра
 - 15.6.1. Цели обучения
 - 15.6.2. Внутренняя и внешняя подготовка
 - 15.6.3. Оценка и экономические аспекты подготовки
 - 15.6.4. Карьерные планы
- 15.7. Внутренняя коммуникация в ветеринарном центре
 - 15.7.1. Эффективная коммуникация
 - 15.7.2. Инструменты внутренней коммуникации
 - 15.7.3. Эффективные совещания

- 15.8. Оценка эффективности работы персонала ветеринарного центра
 - 15.8.1. Важные понятия
 - 15.8.2. Установление показателей
 - 15.8.3. Модели оценки
 - 15.8.4. Внедрение
 - 15.8.5. Отношения со инструментами поощрения
- 15.9. Удержание ценного сотрудника в ветеринарных центрах
 - 15.9.1. Удовлетворенность работой
 - 15.9.2. Мотивация
 - 15.9.3. Признание и вознаграждение
 - 15.9.4. Повышение и продвижение по службе
- 15.10. Оплата труда сотрудников ветеринарных центров
 - 15.10.1. Заработная плата по категориям
 - 15.10.2. Фиксированная и переменная
 - 15.10.3. Критерии для установления стимулирующих выплат
 - 15.10.4. Виды поощрений: финансовые и нефинансовые
 - 15.10.5. Эмоциональный оклад

Модуль 16. Навыки лидерства и управления, применяемые в ветеринарных центрах

- 16.1. Основные управленческие навыки менеджера и/или владельца ветеринарного центра
 - 16.1.1. Руководство
 - 16.1.2. Принятие решений
 - 16.1.3. Способность решения проблем
 - 16.1.4. Гибкость
 - 16.1.5. Самосознание
 - 16.1.6. Точность
 - 16.1.7. Коммуникация
 - 16.1.8. Эмоциональный интеллект
- 16.2. Лидерство, применяемые к ветеринарным центрам
 - 16.2.1. Лидерские качества
 - 16.2.2. Преимущества лидерства
 - 16.2.3. Упражнения лидера

- 16.2.4. Делегация
 - 16.2.4.1. Стратегия делегирования
 - 16.2.4.2. Отбор задач
 - 16.2.4.3. Процесс включения
- 16.2.5. Мотивационные интервью с сотрудниками
 - 16.2.5.1. Метод GROW/MAPA
- 16.3. Переговоры для руководства ветеринарного центра
 - 16.3.1. Навыки ведения переговоров
 - 16.3.2. Типы и стили ведения переговоров
 - 16.3.3. Этапы переговоров
 - 16.3.3.1. Подготовка
 - 16.3.3.2. Обсуждение и аргументация
 - 16.3.3.3. Предложение
 - 16.3.3.4. Обмен
 - 16.3.3.5. Закрытие
 - 16.3.3.6. Наблюдение
 - 16.3.4. Тактики и техники ведения переговоров
 - 16.3.5. Стратегии
- 16.4. Управление временем руководителя ветеринарного центра
 - 16.4.1. Замедление, размышление, анализ и принятие решений
 - 16.4.2. Инсайдерские знания
 - 16.4.3. Как расставить приоритеты
 - 16.4.4. Действие
 - 16.4.5. Планирование и организация
 - 16.4.6. Похитители времени
- 16.5. Как создать доверие к персоналу ветеринарного центра
 - 16.5.1. Уверенность в себе
 - 16.5.2. Доверие к другим
 - 16.5.3. Конструктивная самокритика
 - 16.5.4. Уважение и ответственность
 - 16.5.5. Честность
 - 16.5.6. Проба/ошибка

- 16.6. Управление производительностью менеджера ветеринарного центра
 - 16.6.1. Воры продуктивности
 - 16.6.2. Метод *Getting Things Done*® (GTD)
 - 16.6.2.1. Основы
 - 16.6.2.2. Сбор или захват
 - 16.6.2.3. Обработка или уточнение
 - 16.6.2.4. Организация
 - 16.6.2.5. Пересмотр
 - 16.6.2.6. Действие
- 16.7. Высокоэффективные профессиональные команды в ветеринарных центрах
 - 16.7.1. Рабочие группы
 - 16.7.2. Характеристики профессиональных команд
 - 16.7.3. Преимущества высокоэффективных профессиональных команд
 - 16.7.4. Практические примеры
- 16.8. Определение и разрешение внутренних конфликтов в ветеринарных центрах
 - 16.8.1. Метод пяти дисфункций профессиональных команд
 - 16.8.1.1. Отсутствие доверия
 - 16.8.1.2. Страх перед конфликтом
 - 16.8.1.3. Отсутствие обязательств
 - 16.8.1.4. Избегание ответственности
 - 16.8.1.5. Незаинтересованность в результатах
 - 16.8.2. Причины неудач в профессиональных командах
- 16.9. Профилактика внутренней токсичности в ветеринарных центрах
 - 16.9.1. Организационное здоровье
 - 16.9.2. Профилактические меры
 - 16.9.2.1. Создание сплоченной команды руководителей
 - 16.9.2.2. Создание ясности в организации
 - 16.9.2.3. Чрезмерная коммуникация ясности
 - 16.9.2.4. Усиление ясности
- 16.10. Управление изменениями в управлении ветеринарными центрами
 - 16.10.1. Аудит убеждений
 - 16.10.2. Развитие характера
 - 16.10.3. Действия по изменению

Модуль 17. Производственные процессы в ветеринарных центрах

- 17.1. Введение в производственные процессы в ветеринарных центрах
 - 17.1.1. Понятие делового процесса
 - 17.1.2. Введение в деловые процессы
 - 17.1.3. Графическая репрезентация процесса
 - 17.1.4. Нормализация процессов
 - 17.1.5. Практические примеры процессов в ветеринарных центрах
- 17.2. Анализ производственных процессов в ветеринарных центрах
 - 17.2.1. Система управления процессами
 - 17.2.2. Измерение, анализ и улучшение бизнес-процессов
 - 17.2.3. Характеристики хорошо направленного и управляемого процесса
- 17.3. Продуктивность бизнеса в секторе ветеринарного здравоохранения
 - 17.3.1. Фокус на ключевых целях
 - 17.3.2. Добавленная стоимость, созданная для клиента
 - 17.3.3. Анализ ценности, обеспечиваемой процессами
 - 17.3.4. Конкурентоспособность
 - 17.3.5. Производительность. Анализ потерь и улучшений
- 17.4. Модели управления бизнесом, применяемые в секторе ветеринарных медицинских центров
 - 17.4.1. Традиционное массовое управление
 - 17.4.2. Управление, основанное на бережливой модели
 - 17.4.3. Управление, основанное на усовершенствованной традиционной модели
- 17.5. Представить модель бережливого управления, применимую к ветеринарному центру
 - 17.5.1. Основные принципы и качества
 - 17.5.2. Поток деятельности
 - 17.5.3. Система вытягивания или *pull*
 - 17.5.4. *Пул-поток*
 - 17.5.5. Непрерывное совершенствование

- 17.6. Отходы в производственной модели применительно к ветеринарным центрам
 - 17.6.1. Отходы и отбросы
 - 17.6.2. Виды отходов
 - 17.6.3. Причины возникновения отходов
 - 17.6.4. Ликвидация отходов
- 17.7. Внедрение модели *бережливого* управления в ветеринарных центрах I
 - 17.7.1. Кондиционирование процессов
 - 17.7.2. Сбалансированный и гибкий пул-поток
 - 17.7.3. Переход от традиционной модели к внедрению *бережливого* управления
 - 17.7.4. Первый этап: создание регулярного и бесперебойного потока
- 17.8. Внедрение модели *бережливого* управления в ветеринарных центрах II
 - 17.8.1. Второй этап: консолидация потока, устранение отходов, обеспечение качества и стандартизация операций
 - 17.8.2. Третий этап: создание *пул-потока*
 - 17.8.3. Четвертый этап: гибкость темпов производства
- 17.9. Внедрение модели *бережливого* управления в ветеринарных центрах III
 - 17.9.1. Пятый этап: гибкость в типе продукции
 - 17.9.2. Шестой этап: полное внедрение сбалансированного, выровненного и многопродуктового *пул-потока*
 - 17.9.3. Седьмой этап: простое управление и контроль
- 17.10. Инструменты внедрения *бережливого* управления в ветеринарных центрах
 - 17.10.1. Карта потока создания ценности (*Value Stream Map*)
 - 17.10.2. АЗ: анализ новых подходов или проблем для решения





“

*Насыщенное обучение,
которое поможет вам получить
необходимые знания, чтобы
конкурировать среди лучших”*

06

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

В ТЕСН мы используем метод запоминания кейсов

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? На протяжении всей программы обучения вы будете сталкиваться с множеством смоделированных клинических случаев, основанных на опыте лечения реальных пациентов, когда вам придется проводить исследования, выдвигать гипотезы и, наконец, предлагать схему лечения. Существует множество научных доказательств эффективности этого метода. Будущие специалисты учатся лучше, быстрее и показывают стабильные результаты с течением времени.

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



По словам доктора Жерваса, клинический случай - это описание диагноза пациента или группы пациентов, которые становятся "случаем", примером или моделью, иллюстрирующей какой-то особый клинический компонент, либо в силу обучающего эффекта, либо в силу своей редкости или необычности. Важно, чтобы кейс был основан на текущей профессиональной ситуации, пытаюсь воссоздать реальные условия в профессиональной врачебной практике.

“

Знаете ли вы, что этот метод был разработан в 1912 году, в Гарвардском университете, для студентов-юристов? Метод кейсов заключался в представлении реальных сложных ситуаций, чтобы они принимали решения и обосновывали способы их решения. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете”

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Ветеринары, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.



Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

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

Ветеринар будет учиться на основе реальных случаев и разрешения сложных ситуаций в смоделированных учебных условиях. Эти симуляции разработаны с использованием самого современного программного обеспечения для полного погружения в процесс обучения.





Находясь в авангарде мировой педагогики, метод Relearning сумел повысить общий уровень удовлетворенности специалистов, завершивших обучение, по отношению к показателям качества лучшего онлайн-университета в мире.

С помощью этой методики мы с беспрецедентным успехом обучили более 65 000 врачей по всем клиническим специальностям, независимо от хирургической нагрузки. Наша методология преподавания разработана среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Метод 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.

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.

Общий балл квалификации по нашей системе обучения составляет 8.01, что соответствует самым высоким международным стандартам.

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.



Новейшие методики и процедуры на видео

TECH предоставляет в распоряжение студентов доступ к новейшим методикам и достижениям в области образования и к передовым технологиям. Все с максимальной тщательностью, объяснено и подробно описано самими преподавателями для усовершенствования усвоения и понимания материалов. И самое главное, вы можете смотреть их столько раз, сколько захотите.



Интерактивные конспекты

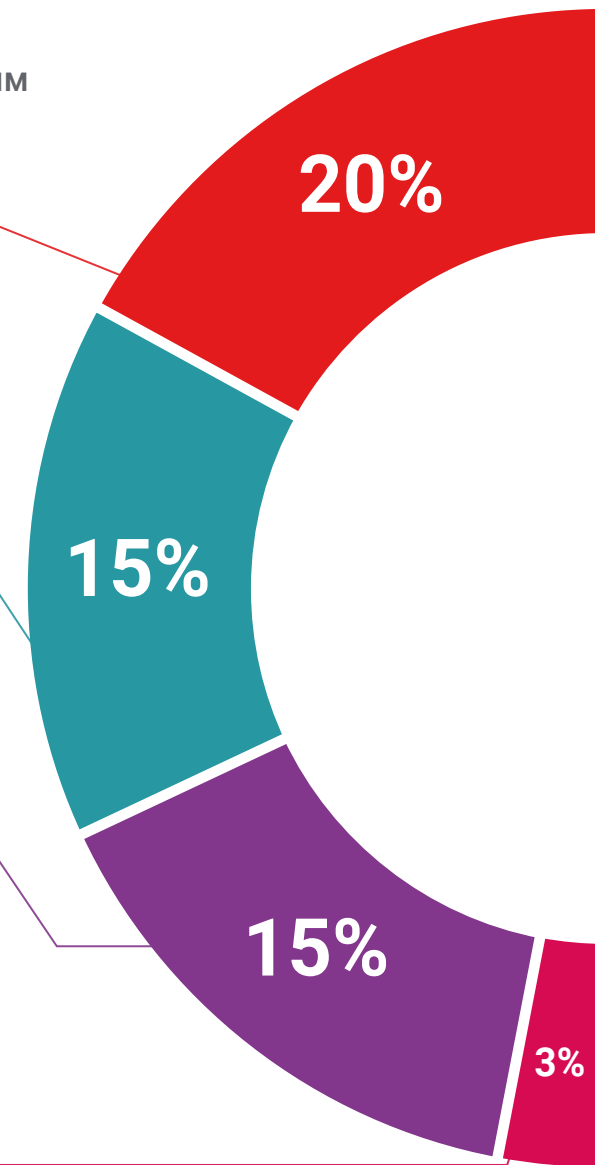
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

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



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.





Анализ кейсов, разработанных и объясненных экспертами

Эффективное обучение обязательно должно быть контекстным. Поэтому мы представим вам реальные кейсы, в которых эксперт проведет вас от оказания первичного осмотра до разработки схемы лечения: понятный и прямой способ достичь наивысшей степени понимания материала.



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.



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.



Краткие руководства к действию

TECH предлагает наиболее актуальное содержание курса в виде рабочих листов или кратких руководств к действию. Обобщенный, практичный и эффективный способ помочь вам продвинуться в обучении.



07

Квалификация

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



“

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

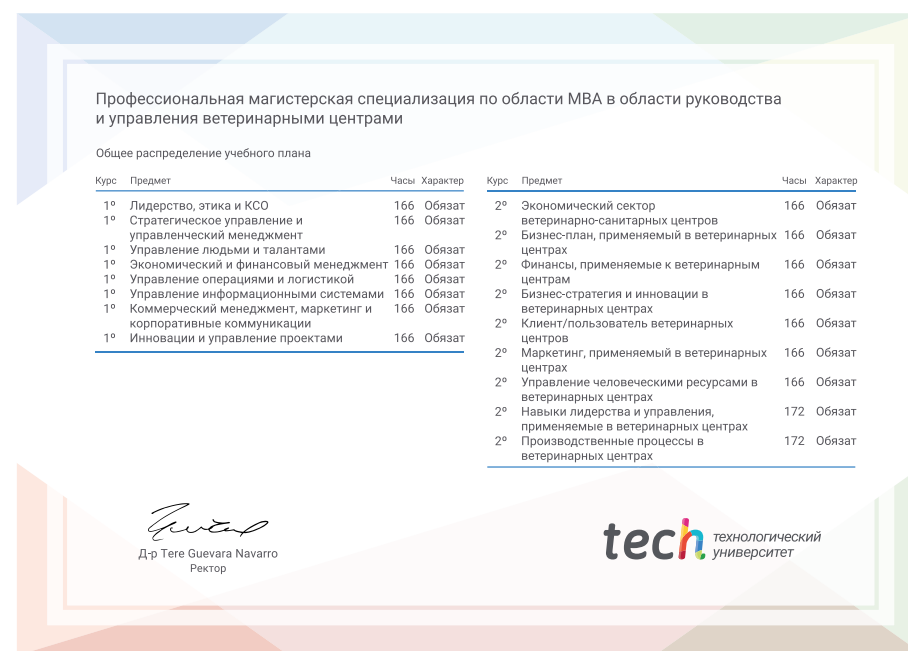
Данная Профессиональная магистерская специализация **МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Профессиональной магистерской специализации**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Профессиональной магистерской специализации, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Профессиональная магистерская специализация МВА в области руководства и управления ветеринарными центрами**

Количество учебных часов: **3000 часов**



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

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Объединение

tech технологический
университет

Профессиональная магистерская
специализация

MBA в области
руководства и управления
ветеринарными центрами

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

Развитие Институты
Виртуальный класс

Профессиональная магистерская специализация

МВА в области
руководства и управления
ветеринарными центрами

