

校级硕士

兽医中心管理与指导 MBA





## 校级硕士 兽医中心管理与指导 MBA

- » 模式:在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

网页链接: [www.techitute.com/cn/veterinary-medicine/professional-master-degree/master-mba-management-administration-veterinary-centers](http://www.techitute.com/cn/veterinary-medicine/professional-master-degree/master-mba-management-administration-veterinary-centers)

# 目录

01

介绍

---

4

02

目标

---

8

03

能力

---

16

04

课程管理

---

20

05

结构和内容

---

42

06

方法

---

58

07

学位

---

66

# 01 介绍

这一独有的 TECH 课程提供了最相关的专业知识和最有用的实用工具,以满足大多数兽医中心存在的与商业管理培训有关的现有需求,其方式是培训兽医专业人员在任何公司执行这些基这个任务。



“

兽医专业人员必须具备高水平的商业管理专业知识,以使他们的业务取得成功”

自20世纪末以来,兽医保健部门经历了深刻的结构和模式的变化。在过去十年中,这些变化非常快,其原因是两次重大危机--2008年的金融危机和最近的健康危机--带来的环境变化。

现实情况是,这一领域的公司没有兽医临床实践以外的专业结构,这极大地阻碍了兽医中心的发展。尽管兽医具有巨大的潜力,因为将宠物作为陪伴动物饲养,与家庭核心紧密相连,是当今社会不断增长的需求。虽然兽医中心的医疗和外科实践水平确实越来越高,越来越好,在许多情况下达到了卓越的地步,但商业管理却没有达到同样的专业化程度。

兽医学位中缺乏商业管理方面的培训,兽医缺乏企业管理的专业知识。当涉及到兽医中心的专业化管理时,在现实中优先考虑医疗和手术实践。

兽医中心管理与指导 MBA 培养在这些设施中实施商业管理实践,以提高商业盈利能力。商业管理是一门具有很大横向性的学科,包括金融和营销等明显不同的专业,尽管它们之间有多种联系,但在更深入的研究时,这些联系是很明显的。在整个课程中,提出了大量的实际案例,这些案例来自于这个部门公司发生的真实情况,因此,兽医专业人员可以按照整个教学中提出的工作方法贡献他们的方法。

目前,调节研究生继续深造的问题之一是它与工作和个人生活的协调。目前的专业需求使我们很难提供高质量的、专门的、面对面的培训,这就是为什么在线形式的课程将使学生在专门的培训与日常专业工作达到一个平衡和协调。

这个**兽医中心管理与指导 MBA校级硕士**包含了市场上最完整和最新的科学课程。主要特点是:

- 由兽医中心管理方面的专家介绍案例研究的发展
- 这个书的内容图文并茂、示意性强、实用性强,为那些视专业实践至关重要的学科提供了科学和实用的信息
- 关于兽医中心的管理和指导的最新内容
- 实践练习,可进行自我评估以改善学习效果
- 特别强调兽医中心管理和指导的创新方法
- 提供理论课程、专家解答问题、有争议话题的讨论论坛以及个人思考作业等
- 可以在任何连接互联网的固定或便携设备上访问课程内容



沉浸在这种最高教育质量的培训中,这将使你能够面对兽医中心管理的未来挑战"

“

我们为你提供市场上最完整的培训，使你能够将兽医中心的业务管理提升到与临床和健康实践相同的水平，为你的客户提供最高质量的服务”

这个课程是你选择进修课程的最佳投资，可以更新你在兽医中心管理和指导方面的知识。

这个 100% 在线的 MBA 课程可以让你将学习与专业工作相结合，同时增长您在该领域的知识。

在教学人员中，有兽医中心管理和领导领域的专业人士，他们将自己的工作经验倾注到培训中，还有来自参考协会和著名大学的公认专家。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的，将允许专业人员进行情景式学习，即一个模拟的环境，提供一个身临其境的专业培训，为真实情况进行培训。

这个课程的设计重点是基于问题的学习，通过这种方式，专业人员必须尝试解决整个学年出现的不同专业实践情况。为此，专业人员将得到由公认的具有丰富医疗经验的兽医专家创建管理层创新互动视频系统的帮助。



# 02 目标

兽医中心管理与指导 MBA 的目的是促进兽医专业人士的表现,使其掌握这个行业的最新进展。







“

在这几个月里,你将获得有关兽医服务部门的专业知识:环境、挑战和趋势”



## 总体目标

---

- 辨识兽医部门在当前社会经济背景下的复杂性
- 了解关于兽医服务部门的专业知识:环境、挑战和趋势
- 汇编和分析兽医部门的创新领域
- 确定兽医服务部门在不断变化的环境中的培训需求
- 建立一个拟定年度业务计划的方法
- 识别和分析不同的部分
- 分析获得填写相关文件所需数据和信息的来源
- 产生专门的知识,使兽医中心的主人能够自己制作这种书面文件
- 吸收它是一个动态的文件,应这个伴随我们整个一年
- 检视成功经营兽医中心所需的财务概念
- 开发财务工具来管理兽医诊所
- 识别和评估兽医中心客户的行为和消费趋势
- 汇编生成财务记分卡的必要数据
- 设计、生成和解释财务记分卡的结果
- 建立有效和系统的方法来制定兽医诊所的动态和创新业务战略
- 为创新研究提出有用和实用的工作工具
- 生成关于创新的专业知识,作为为兽药创造差异化价值主张的手段
- 开发并提出一个动态的商业模式,使公司能够适应不断变化的全球环境
- 分析和定义兽医中心的不同类型的客户/用户
- 识别和评估与客户成功沟通的必要技能
- 提出一种方法来有效地处理有情绪的客户
- 制定忠诚度流程
- 考察用于销售产品和服务的不同营销工具
- 反思与客户进行有效沟通的必要性
- 确立如何为兽医服务设定和定价
- 吸收交叉销售的重要性
- 剖析商品销售工具
- 研究线上和线下营销之间的一致性
- 培养良好人事管理的必要技能
- 提出一个好的招聘和整合过程的方法
- 提拔那些对公司具有最大才能和价值的员工,并赋予他们权力
- 提供留住这些员工的关键



- ◆ 培养成为一名优秀领导人所需的技能
- ◆ 提出一种方法, 以确保管理人员的必要效率和效力
- ◆ 促进和加强高性能的专业团队
- ◆ 培训管理人员成功处理专业团队内的冲突
- ◆ 考察和发展兽医中心的生产流程
- ◆ 分析现有流程并确定瓶颈问题
- ◆ 在一个兽医中心制定和实施精益业务管理
- ◆ 在企业管理中产生一种持续改进的文化
- ◆ 评估在向公众开放兽医保健中心之前需要满足的立法条件
- ◆ 明确将要成立的公司的法律形式, 以及从公司到合作伙伴的每一种的特殊性
- ◆ 始终从保护消费者的角度, 分析兽医保健中心向公众开放后应适用的不同立法, 以提供优质服务, 如数据保护、职业健康、辐射保护等
- ◆ 制定一个正确的采购管理和与供应商的关系
- ◆ 审查《药品法》, 建立正确的处方发放, 以及随后的控制
- ◆ 审查我们因经营兽医保健中心而获得的民事责任, 通过适用集体协议为我们的工人和一般客户提供服务



## 具体目标

### 模块1. 兽医保健中心的经济部门

- 定义并分析绿色和社会经济环境中的新挑战
- 明确并分析有关气候变化及其对兽医行业影响的信息
- 确定"一个健康"的概念,并具体说明其合作发展是一个市场机会
- 审视数字动物健康,分析其对兽医实践的颠覆性潜力
- 区分宠物行业的不同参与者以及同一市场内的相互关系
- 就企业协会的重要性达成一致,并分析在一个主要由微型企业组成的部门中发挥变革杠杆作用的可能性
- 在一个主要由微型企业组成的部门中发挥变革的杠杆作用
- 研究气候变化、生物多样性的丧失、全球化、外来动物的国际贸易等产生的新的公共卫生挑战

### 模块2. 适用于兽医中心的业务计划

- 思考制定上述文件的必要性和义务
- 以合乎逻辑和推理的方式制定文件的每个部分
- 提出一种方法来进行环境分析和外部竞争分析
- 为了能够进行SWOT分析及其相应的CAME分析
- 建立一个制定SMART目标的方法
- 研究制定战略和将每个战略转化为至少一个具体行动的方法
- 根据与业务有关的优先次序安排行动
- 反思对业务计划进行定期监测的必要性
- 建立一个实用的方法来控制和监测商业计划
- 分析在什么情况下需要制定应急计划以及如何制定
- 考察一些模板,以帮助数据输入和商业计划的准备

### 模块3. 用于兽医中心的资金

- 识别兽医诊所的固定和可变业务成本
- 确定兽医中心提供的服务和产品的商业利润
- 有效地管理仓库中的产品库存
- 评估一个兽医中心的销售比率,以分析其用户的消费行为
- 分析一项业务活动的收支平衡点
- 检视兽医中心的业务活动所能产生的不同指标
- 分析和评估不同的指标,以选择那些对兽医中心的管理和兽医中心提供的不同服务的成本
- 使用财务工具来控制兽医企业的现金流和预算
- 分析和解释兽医中心的损益表和资产负债表
- 对兽医保健领域的公司提出估价建议

### 模块4. 兽医中心的商业战略和创新

- 界定和定义兽医诊所所有者/管理者的角色
- 确定兽医保健中心部门的公司的使命、愿景和价值观
- 为研究能带来价值的创新替代品提出一个工作方法
- 研究、分析并为拟议的商业模式建立一个理想的用户档案
- 研究、分析并提出商业模式的理想用户群的"有吸引力的"价值主张,并提出对传统商业模式的替代或补充,吸引一个或多个用户群
- 发展和实施设计思维,作为创意和创新思维的一种补充技术

### 模块5.兽医中心的客户/用户

- ◆ 界定兽医中心客户的类型, 以及沟通的方式
- ◆ 在兽医中心培养必要的沟通技巧
- ◆ 在兽医手术中展示和发展同理心
- ◆ 分析情绪扭曲和投诉的情况, 以便有效地处理它们
- ◆ 管理和评估兽医诊所的客户关怀质量
- ◆ 利用实用工具建立和发展客户投资组合
- ◆ 设计和开发客户体验 (CX) 模型, 以实现最佳的用户体验 (UX)
- ◆ 分析和阐述完美的兽医中心用户访问

### 模块6.兽医中心应用的营销

- ◆ 分析营销的演变及其在当今体验式营销中的意义
- ◆ 反思留住优秀客户和顾客的必要性和义务
- ◆ 研究服务和产品销售的区别
- ◆ 确定一项兽医服务的价格
- ◆ 提出一个为兽医服务定价的方法
- ◆ 制定一个实用的电话客户服务方法
- ◆ 进行培训, 使其始终对所做的一切进行收费并开具发票
- ◆ 为每项行动确定最合适的广告媒体

- ◆ 说明满意度调查的重要性, 以了解客户对我们的看法
- ◆ 建立一个处理投诉和索赔的方法
- ◆ 制定一个方法, 将每个战略转化为至少一个具体行动
- ◆ 确定通过交叉销售增加销售的实际基础
- ◆ 说服店内商品陈列的需要
- ◆ 展示客户忠诚度的不同工具
- ◆ 要让人相信, 数字营销应这个与模拟营销有同样的分量
- ◆ 提出有助于控制营销行动的模板

### 模块7.兽医机构的人力资源管理

- ◆ 确定战略劳动力规划的关键
- ◆ 定义和指定工作职位候选人的概况
- ◆ 建立一个工作中心的组织结构图
- ◆ 在选拔过程中展现出作为面试官的能力
- ◆ 为每个要填补的空缺制定一个上岗流程
- ◆ 向公司员工提出职业规划建议
- ◆ 评估公司员工的表现
- ◆ 为员工制定激励方案
- ◆ 表彰和奖励公司中最有才华和最有价值的员工

### 模块8.在兽医中心应用的领导和管理技能

- ◆ 分析管理者所需的价值观
- ◆ 提出一个成为优秀领导者的方法
- ◆ 以自信和安全的态度面对谈判过程
- ◆ 让管理者对与之共事的人和自己产生信心
- ◆ 发展必要的技能,以便出色地自我管理时间
- ◆ 提出一个合适的方法来优化管理者的生产力
- ◆ 建立和团结高性能的专业团队
- ◆ 识别和分析一个兽医中心的内部冲突
- ◆ 领导专业团队,帮助他们找到解决内部矛盾的办法

### 模块9.兽医中心的生产流程

- ◆ 分析兽医中心的不同生产过程
- ◆ 确定和评估生产过程中的"瓶颈"
- ◆ 加深对兽医中心商业模式的认识
- ◆ 介绍应用于一个兽医中心的精益管理模式
- ◆ 梳理精益管理模式的优势和功用
- ◆ 提出一个实施精益管理模式的方法论
- ◆ 介绍监测和持续改进业务管理的实际例子

### 模块10.兽医机构的法律问题和管理

- ◆ 识别存在的不同类型的劳务公司
- ◆ 检视《个人数据保护法》,我们应这个了解客户的哪些数据,如何存储和管理这些数据,以及在对动物进行手术前必须向我们提供的不同类型的授权书
- ◆ 了解我们必须在兽医保健中心应用的职业健康,以保证我们的工人以最安全的方式执行工作,正确地发展职能

- ◆ 在尊重兽医保健中心集体协议的前提下,确定员工队伍中每个成员的专业类别和应履行的职能
- ◆ 评估如何建们中心的所有工作程序,尊重对客户和团队的正确职业道德和道义
- ◆ 与供应商建立正确的关系,知道如何与他们交涉,如何建立双方满意的商业条件、期限和付款条件
- ◆ 明确并建立管理债务人和未付债务的有效协议,从签署授权书到债务确认,管理延期、融资,甚至必要时的支付令程序
- ◆ 定义和制定客户关怀协议,主要是实施和评估这些协议(从告知客户对其动物的关怀到如何传达坏消息)

### 模块11.公司的领导力、道德和社会责任

- ◆ 分析全球化对公司治理和企业治理的影响
- ◆ 评估有效领导力在企业管理和成功中的重要性
- ◆ 确定跨文化管理策略及其在多样化企业环境中的相关性
- ◆ 发展领导力技能,理解当前领导者面临的挑战
- ◆ 确定企业伦理原则和实践,并应用于公司决策
- ◆ 制定可持续性和企业社会责任的实施和改进策略

### 模块12.人事和人才管理

- ◆ 确定战略管理与人力资源管理之间的关系
- ◆ 深入了解有效人力资源管理所需的核心能力
- ◆ 探讨绩效评估和管理的相关方法
- ◆ 整合人才管理创新及其对员工留存和忠诚度的影响
- ◆ 制定激励策略和高绩效团队的发展方案
- ◆ 提出有效的变革管理和冲突解决方案



### 模块13.执行管理

- ◆ 定义总经理管理的概念及其在企业管理中的重要性
- ◆ 评估管理者在组织文化中的职能和责任
- ◆ 分析运营管理和质量管理在价值链中的重要性
- ◆ 发展人际沟通和演讲技巧,以培训发言人

“

一次独特、关键且决定性的培训经验,对推动你的职业发展至关重要”

# 03 能力

通过兽医中心管理与指导 MBA 的评估后, 专业人员将获得必要的技能, 在最创新的教学方法基础上进行高质量和最新的实践。







“

这个课程将使你获得在日常工作中更有效的技能”



## 总体能力

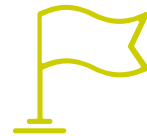
---

- 以最有效的方式管理公司, 最终获得预期的结果
- 设计、阐述、实施、监督和改进商业计划

“

借此机会了解这个领域的最新发展, 并将其应用到你的日常工作中”





## 具体能力

---

- ◆ 了解公共卫生领域的新挑战, 遵循绿色和可持续经济的指导方针
- ◆ 进行SWOT分析, 以了解企业和环境的特殊性, 并能利用其提供的好处
- ◆ 进行公司的经济-财务管理
- ◆ 设计并实施适当的商业模式, 以吸引潜在客户
- ◆ 知道如何以理想的方式与客户沟通, 以改善他们的体验
- ◆ 设计和实施提高公司业绩的营销战略
- ◆ 深入了解公司员工的情况, 以便将他们安置在最合适的岗位上并评估他们的表现
- ◆ 领导公司, 有能力解决公司的内部冲突
- ◆ 应用精益管理模式
- ◆ 对影响兽医中心的法律问题有深入了解

# 04 课程管理

这个课程的教学人员包括兽医中心管理的主要专家，他们将自己的工作经验带到了这个培训中。这个课程的教学人员包括来自不同国家的世界知名兽医，他们具有成熟的理论和实践专业经验。



“

我们有最好的教学团队, 在兽医中心的管理和指导方面有丰富的经验, 决心向你传授他们在这个领域的所有知识”

## 国际客座董事

拥有超过20年全球人才招聘团队设计和领导经验的Jennifer Dove是招聘和技术战略方面的专家。在她的职业生涯中,她曾在多家财富50强企业的科技组织中担任高管职务,包括NBCUniversal和Comcast。她的职业历程使她在竞争激烈和高速增长的环境中脱颖而出。

作为Mastercard的全球人才招聘副总裁,她负责监督人才引进的策略和执行,与企业领导和人力资源负责人合作,以实现招聘的运营和战略目标。特别是,她的目标是创建多元化、包容性和高绩效的团队,以推动公司产品和服务的创新和增长。此外,她在吸引和留住全球顶尖人才的工具使用方面具有丰富经验。她还通过出版物、活动和社交媒体扩大Mastercard的雇主品牌和价值主张。

Jennifer Dove通过积极参与人力资源专业网络并为多家公司引进大量员工,展示了她对持续职业发展的承诺。在获得迈阿密大学组织传播学士学位后,她在各个领域的公司中担任了招聘管理职位。

此外,她因在领导组织变革、将技术整合到招聘流程中以及开发应对未来挑战的领导力项目方面的能力而受到认可。她还成功实施了显著提高员工满意度和留任率的员工福利计划。



## Dove, Jennifer 女士

---

- Mastercard全球人才招聘副总裁, 纽约, 美国
- NBCUniversal人才招聘总监, 纽约, 美国
- Comcast招聘负责人
- Rite Hire Advisory招聘总监
- Ardor NY Real Estate销售部执行副总裁
- Valerie August & Associates招聘总监
- BNC客户经理
- Vault客户经理
- 迈阿密大学组织传播学专业毕业

“

感谢 TECH, 你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

## 国际客座董事

Rick Gauthier 是一位技术领导者，在领先的跨国公司拥有数十年的工作经验。Rick Gauthier 在云服务和端到端流程改进领域有着突出的发展。他是公认的高效团队领导者和管理者，在确保员工高度敬业方面展现出天赋。

他在战略和执行创新方面有着与生俱来的天赋，善于开发新想法，并以高质量的数据为其成功提供支持。他在 Amazon 的职业生涯使他能够管理和整合公司在美国的 IT 服务。在 Microsoft，他领导着一支 104 人的团队，负责提供全公司范围的 IT 基础设施，并为整个公司的产品工程部门提供支持。

这些经验使他成为一名出色的管理者，在提高效率、生产力和整体客户满意度方面能力出众。





## Gauthier, Rick 先生

---

- 美国西雅图 Amazon 公司区域 IT 经理
- Amazon 高级项目经理
- 副总裁
- Microsoft 生产工程服务高级总监
- 西州长大学网络安全学位
- 潜水员技术学院颁发的商业潜水技术证书
- 常青州立学院环境研究学位

“

借此机会了解这个领域的最新发展,并将其应用到你的日常工作中”

## 国际客座董事

Romi Arman 是一位国际知名的专家,在数字化转型、营销、战略和咨询领域拥有超过二十年的经验。在他的广泛职业生涯中,他承担了各种风险,并始终是企业环境中创新和变革的倡导者。凭借这些专业知识,他与世界各地的首席执行官和企业组织合作,推动他们摒弃传统的商业模式。因此,他帮助像壳牌这样的公司成为以客户为中心和数字化的市场领导者。

Arman设计的战略具有显著的影响,因为这些战略使多家公司改善了消费者、员工和股东的体验。这位专家的成功可以通过诸如客户满意度 (CSAT)、员工参与度和每家公司的息税折旧摊销前利润 (EBITDA) 等可量化指标来衡量。

在他的职业生涯中,他还培养并领导了高绩效团队,这些团队甚至因其变革潜力而获得奖项。特别是在壳牌,Arman始终致力于克服三个挑战:满足客户复杂的脱碳需求,支持“有利可图的脱碳”,以及解决数据、数字和技术的碎片化问题。因此,他的努力证明了要实现可持续的成功,必须从消费者的需求出发,并为流程、数据、技术和文化的转型奠定基础。

此外,这位高管还以其对人工智能企业应用的精通而著称,他在伦敦商学院获得了相关的研究生学位。与此同时,他在物联网和Salesforce方面也积累了丰富的经验。



## Arman, Romi 先生

---

- 壳牌能源公司数字化转型总监 (CDO), 伦敦, 英国
- 壳牌能源公司全球电子商务与客户服务总监
- 壳牌在马来西亚吉隆坡的国家重点客户经理 (原始设备制造商和汽车零售商)
- 埃森哲高级管理顾问 (金融服务业), 新加坡
- 利兹大学毕业
- 伦敦商学院高管人工智能企业应用研究生
- 客户体验专业认证 (CCXP)
- IMD 高管数字化转型课程

“

你想以最高质量的教育来更新你的知识吗?TECH为你提供最前沿的学术内容,由国际知名的专家设计”

## 国际客座董事

Manuel Arens 是一位经验丰富的数据管理专家，也是一支高素质团队的领导者。事实上，Arens 在谷歌的技术基础设施和数据中心部门担任全球采购经理一职，这是他职业生涯的大部分时间。这个公司总部位于加利福尼亚州山景城，为科技巨头的运营难题提供解决方案，如主数据完整性、供应商数据更新和供应商数据优先级。他领导了数据中心供应链规划和供应商风险评估，改进了流程和工作流程管理，从而大大节约了成本。

在为不同行业公司提供数字解决方案和领导力的十多年工作中，他在战略解决方案交付的各个方面，包括市场营销、媒体分析、测量和归因方面，都拥有丰富的经验。事实上，这个公司已因其工作获得了多个奖项，包括 BIM 领导奖、搜索领导奖、出口领导力生成计划奖和欧洲、中东和非洲地区最佳销售模式奖。

Arens 还担任过爱尔兰都柏林的销售经理。在担任这个职务期间，他在三年内将团队成员从 4 人增加到 14 人，并带领销售团队取得了丰硕成果，与团队成员以及跨职能团队进行了良好合作。他还曾在德国汉堡担任高级行业分析师，利用内部和第三方工具为 150 多家客户创建故事情节，为分析提供支持。编写和撰写深入报告，以展示对这个主题的掌握，包括对影响技术采用和传播的宏观经济和政治/监管因素的理解。

此外，他在 Eaton、Airbus 和 Siemens 等公司领导团队，积累了宝贵的客户管理和供应链管理经验。他特别擅长通过与客户建立有价值的关系并与组织各层级的人员（包括利益相关者、管理层、团队成员和客户）顺畅合作来不断超越期望。他的数据驱动方法和开发创新且可扩展解决方案的能力使他成为该领域的杰出领导者。



## Arens, Manuel 先生

---

- 谷歌全球采购经理, 美国山景城
- 美国谷歌 B2B 分析与技术高级经理
- 爱尔兰谷歌销售总监
- 德国谷歌高级工业分析师
- 爱尔兰谷歌客户经理
- 英国伊顿的应付账款
- 德国空中客车公司供应链经理

“

选择TECH吧!你将能够接触到最优质的  
教学材料、最前沿的技术和教育方法,这  
些都是由国际知名的专家实施的”

## 国际客座董事

Andrea La Sala 是一位经验丰富的市场营销高管，他的项目对时尚领域产生了显著的影响。在其成功的职业生涯中，他从事了与产品、商品销售和沟通相关的多项工作。这些都与诸如Giorgio Armani、Dolce&Gabbana、Calvin Klein等知名品牌紧密相关。

这位国际高端管理者的成果与他在将信息整合成清晰框架并执行与企业目标对齐的具体行动的能力密切相关。他以其主动性和适应快节奏工作的能力而闻名。此外，这位专家还具有强烈的商业意识、市场洞察力和对产品的真正热情。

作为Giorgio Armani的全球品牌与商品销售总监，他监督了多项针对服装和配饰的市场营销策略。其战术重点包括零售领域以及消费者需求和行为。在这一职位上，La Sala 还负责配置产品在不同市场的销售，担任设计、沟通和销售部门的团队负责人。

此外，在Calvin Klein或Gruppo Coin等公司，他开展了推动结构、开发和销售不同系列的项目，并负责制定有效的购买和销售活动日程。

他还管理了不同运营的条款、成本、流程和交货时间。

这些经历使Andrea La Sala 成为时尚和奢侈品领域的顶级和最具资格的企业领导者之一。他的卓越管理能力使他能够有效实施品牌的积极定位，并重新定义其关键绩效指标 (KPI)。



## La Sala, Andrea 先生

---

- Giorgio Armani全球品牌与商品销售总监, Armani Exchange, 米兰, 意大利
- Calvin Klein商品销售总监
- Gruppo Coin品牌负责人
- Dolce&Gabbana品牌经理
- Sergio Tacchini S.p.A.品牌经理
- Fastweb市场分析师
- 皮埃蒙特东方大学商学与经济学专业毕业

“

TECH的国际顶级专家将为你提供一流的教学, 课程内容更新及时, 基于最新的科学证据。你还在等什么呢?立即报名吧”

## 国际客座董事

Mick Gram 是国际上在商业智能领域创新与卓越的代名词。他成功的职业生涯与在沃尔玛和红牛等跨国公司担任领导职位密切相关。这位专家以识别新兴技术的远见卓识而闻名，这些技术在长期内对企业环境产生了持久的影响。

此外，他被认为是数据可视化技术的先锋，这些技术将复杂的数据集简化，使其易于访问并促进决策过程。这一能力成为了他职业发展的基石，使他成为许多组织希望收集信息并基于这些信息制定具体行动的宝贵资产。

他最近几年最突出的项目之一是Walmart Data Cafe平台，这是全球最大的云端大数据分析平台。他还担任了红牛的商业智能总监，涵盖销售、分销、营销和供应链运营等领域。他的团队最近因在使用Walmart Luminare新API来获取买家和渠道洞察方面的持续创新而获得认可。

在教育背景方面，这位高管拥有多个硕士学位和研究生课程，曾在美国伯克利大学和丹麦哥本哈根大学等知名学府深造。通过持续的更新，专家获得了前沿的能力。因此，他被认为是新全球经济的天生领导者，专注于推动数据及其无限可能性。





## Gram, Mick 先生

---

- 红牛商业智能与分析总监, 洛杉矶, 美国
- Walmart Data Cafe商业智能解决方案架构师
- 独立商业智能与数据科学顾问
- Capgemini商业智能总监
- Nordea首席分析师
- SAS商业智能首席顾问
- UC Berkeley工程学院人工智能与机器学习高管教育
- 哥本哈根大学电子商务MBA高管课程
- 哥本哈根大学数学与统计学学士及硕士

“

在福布斯评选的世界上最好的在线大学学习”在这个MBA课程中, 你将获得访问由国际知名教师制作的丰富多媒体资源库”

## 国际客座董事

Scott Stevenson 是数字营销领域的杰出专家。他是数字营销专家，19 年来一直与娱乐业最强大的公司之一 华纳兄弟探索公司保持联系。在担任该职务期间，他在 监督包括社交媒体、搜索、展示和线性媒体在内的 各种数字平台 的物流和创意工作流程方面发挥了重要作用。

这位高管的领导力在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，使其公司的转化率显著提高。这位高管在推动付费媒体制作战略方面发挥了至关重要的作用，从而显著 提高了 公司的转化率。与此同时，他还担任过其他职务，如原管理期间同一家跨国公司的营销服务总监和交通经理。

史蒂文森还参与了视频游戏的全球发行和 数字财产宣传活动。他还负责引入与 电视广告和预告片的 声音和图像内容的塑造、定稿和交付有关的运营战略。

此外，这位专家还拥有佛罗里达大学的电信学士学位和加利福尼亚大学的创意写作校级硕士，这充分证明了他在 沟通和讲故事方面的能力。此外，他还参加了哈佛大学职业发展学院关于 在商业中使用 人工智能的前沿课程。因此，他的专业履历是当前 市场营销和数字媒体领域最相关的履历之一。



## Stevenson, Scott 先生

---

- 华纳兄弟数字营销总监美国伯班克发现
- 华纳兄弟公司交通经理娱乐
- 加利福尼亚大学创意写作硕士
- 佛罗里达大学电信学士学位

“

与世界上最优秀的专家一起实现  
你的学术和职业目标！MBA 教师  
将指导您完成整个学习过程”

## 国际客座董事

Eric Nyquist 博士是国际体育领域的杰出专业人士，他的职业生涯令人瞩目，因其战略领导力以及在顶级体育组织中推动变革和创新的能力而闻名。

他曾担任多个高级职位，包括NASCAR的通讯与影响总监，总部位于美国佛罗里达州。在这一机构中积累了多年经验后，Nyquist博士还担任了多个领导职务，包括NASCAR战略发展高级副总裁和商务事务总监，负责管理从战略发展到娱乐营销等多个领域。

此外，Nyquist在芝加哥最重要的体育特许经营中留下了深刻印记。作为芝加哥公牛队和芝加哥白袜队的执行副总裁，他展示了在职业体育领域推动业务和战略成功的能力。

最后，值得一提的是，他的体育职业生涯始于纽约，担任Roger Goodell在国家橄榄球联盟(NFL)的首席战略分析师，并曾在美国足球联合会担任法律实习生。



## Nyquist, Eric 先生

---

- NASCAR通讯与影响总监, 佛罗里达, 美国
- NASCAR战略发展高级副总裁
- NASCAR战略规划副总裁
- NASCAR商务事务总监
- 芝加哥白袜队执行副总裁
- 芝加哥公牛队执行副总裁
- 国家橄榄球联盟 (NFL) 企业规划经理
- 美国足球联合会商务事务/法律实习生
- 芝加哥大学法学博士
- 芝加哥大学布斯商学院MBA
- Carleton College国际经济学学士

“

凭借这项100%在线的学士学位, 您将能够在不影响日常工作义务的情况下进行学习, 同时得到国际领域内顶级专家的指导。现在就报名!”

## 管理人员



### Barreneche Martínez, Enrique 博士

- 咨询公司 VetPartners 的主管, 这是一家专门为伴侣动物的兽医健康中心提供服务的商业咨询公司
- 阿利坎特省兽医行业雇主协会 (AEVA) 副主席
- 西班牙兽医企业联合会 (CEVE) 财务主管
- AVEPA 管理和行政工作组共同创始人
- AMIC de Alicante 兽医中心的创始人和所有者
- 马德里康普大学兽医学位
- 著有关于兽医中心业务管理的书籍:《¿Quién se ha llevado mi centro veterinario?》和《¿Ya encontré mi centro veterinario!》
- 是两本书的合著者, 也是其他出版物中特定章节的作者, 用于培训兽医诊所助理 (VCA)
- 在西班牙和国外的面对面和远程 (在线) 兽医中心业务管理的各种课程和讲习班上发表演讲

## 教师

### Saleno, Delia 博士

- ◆ Son Dureta 兽医中心主任
- ◆ CEVE Balears 主席
- ◆ CEOE 理事会成员兼兽医领域代表
- ◆ 西班牙兽医商业联合会 (CEVE) 副主席
- ◆ 克鲁日-纳波卡农业科学与兽医大学博士研究罗马尼亚
- ◆ 克鲁日-纳波卡农业科学与兽医大学兽医学士罗马尼亚
- ◆ 小动物诊所高级研究文凭
- ◆ 科尔多瓦大学细胞遗传学研究充足研究员, 研究课题为马匹不育
- ◆ 农业专业家庭工作经验职业能力认证程序评估员资格课程
- ◆ 克鲁日-纳波卡兽医学院动物繁殖系博士前研究员
- ◆ 科尔多瓦大学遗传学系博士研究员

### Albuixech Martínez, Miguel 博士

- ◆ 西班牙兽医企业联合会 (CEVE) 经济领域发言人
- ◆ 瓦伦西亚兽医企业协会 (AVETVAL) 秘书
- ◆ 兽医管理协会 (AGESVET) 副主席
- ◆ AGESVET 管理会议莱万特地区协调员
- ◆ 瓦伦西亚大学工商管理学士
- ◆ ADEIT (瓦伦西亚) 人力资源管理硕士学位

### Martín González, Abel 博士

- ◆ 塔拉韦拉兽医临床医院院长
- ◆ 卡斯蒂利亚-拉曼查 ADSG 技术总监, ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara 技术总监
- ◆ 圣维森特山脉肉类质量标签主任
- ◆ 马德里康普大学兽医学位
- ◆ 西班牙兽医企业联合会 (CEVE) 副主席兼创始成员
- ◆ 卡斯蒂利亚-拉曼查兽医企业联合会 (CEVE-CLM) 主席兼创始成员
- ◆ 成员: 多家国内外专业协会如 AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO 和西班牙企业组织联合会 (CEOE) 数字委员会

### Vilches Sáez, José 先生

- ◆ ACV 课程项目负责人
- ◆ Cursoveterinaria.es 培训平台负责人
- ◆ Duna Formación 项目负责人
- ◆ Gesvilsa 商务负责人
- ◆ Duna, SL 职业培训经理
- ◆ 社区经理
- ◆ AGESVET 秘书管理
- ◆ Provet Cloud 商务负责人西班牙
- ◆ Guerrero Covas 技术商务负责人
- ◆ Método 集团企业管理学士

### Villaluenga, José Luis 先生

- ◆ Rentabilidad Veterinaria 公司联合创始人兼 CEO
- ◆ 兽医中心的商业管理和营销顾问
- ◆ Acalanthis Comunicación Y Estrategias SL 总经理
- ◆ 马德里康普顿斯大学生物科学学士
- ◆ EAE 商学院和巴塞罗那大学数字营销硕士
- ◆ EAE 商学院和巴塞罗那大学人力资源管理硕士
- ◆ 阿方索十世萨比奥大学兽医学院兼职教授

### Muñoz Sevilla, Carlos 先生

- ◆ 麻醉学服务兽医
- ◆ 瓦伦西亚南部兽医医院麻醉学服务负责人
- ◆ 圣弗朗西斯科兽医诊所主任
- ◆ 马德里康普大学兽医学位
- ◆ 哈梅一世大学 MBA
- ◆ AGESVET 人力资源模块开发与培训参与者

### Tabares Rivero, Núria 女士

- ◆ 咨询师和职场教练
- ◆ Terra Vila-Real 兽医诊所协调员
- ◆ Coaching Ability 执行顾问和教练
- ◆ Terra San Fernando 兽医诊所技术总监
- ◆ Agesvet Eaha 数字营销协调员
- ◆ 巴塞罗那自治大学的兽医学历史
- ◆ 成员: 外来和野生动物兽医协会







### **Navarro Ferrer, María José 女士**

- ◆ Coaching Ability 联合创始人兼心理学专家
- ◆ 为公司和私人组织举办研讨会心理学家专家
- ◆ 瓦伦西亚大学心理学学士
- ◆ CTMC Valencia 临床心理学硕士
- ◆ 瓦伦西亚大学社会老年学研究生
- ◆ 巴塞罗那大学 IL3 正念与心理治疗研究生
- ◆ Recull d'activitats 中的老师 als Serveis Locals d'Ocupació: Persones i Empreses de Barcelona 教师

### **Rotger Campins, Sebastià 博士**

- ◆ 巴利阿里群岛兽医公司秘书 (EMVETIB)
- ◆ 西班牙兽医商业联合会 CEVE 秘书长
- ◆ CEVE 劳工、组织和培训部负责人
- ◆ Confederacio d'Associacions Empresarial de Balears CAEB 服务委员会主席
- ◆ CAEB 执委会委员
- ◆ 兽医保健中心和服务集体协议国家谈判委员会主席
- ◆ Veterinari Son Dureta SLP 兽医诊所经理
- ◆ 电信工程师
- ◆ 航海与海上运输学士
- ◆ 商船船长

# 05 结构和内容

内容的结构是由兽医中心的管理领域最好的专业人士设计的,他们具有丰富的经验和公认的专业威望,以审查和研究的案例数量为支撑,并拥有广泛的新技术知识。





“

我们拥有市场上最完整和最新的科学课程。我们努力追求卓越,并希望你们也能实现这一目标”

## 模块1. 兽医保健中心的经济部门

- 1.1. 宠物在当今社会中的作用
  - 1.1.1. 宠物及其对人类身心健康的益处
  - 1.1.2. 宠物与未成年人的健康成长
  - 1.1.3. 宠物与健康老龄化
  - 1.1.4. 宠物和社区共存的好处
  - 1.1.5. 虐待动物及其与家庭暴力的关系
  - 1.1.6. 治疗和援助环境中的动物
- 1.2. 公司在当前社会环境中的作用
  - 1.2.1. 企业社会责任
  - 1.2.2. 气候变化和绿色新政
  - 1.2.3. 可持续发展目标 (SDG) 和 2030 年议程
  - 1.2.4. 兽医服务公司面临的挑战
- 1.3. 宠物市场
  - 1.3.1. 工业、零售和分销
  - 1.3.2. 服务
    - 1.3.2.1. 兽医临床服务
    - 1.3.2.2. 狗训练服务
    - 1.3.2.3. 美发服务
    - 1.3.2.4. 控制野生动物种群
  - 1.3.3. 兽用药用产品的销售
  - 1.3.4. 宠物养殖和销售
  - 1.3.5. 非政府组织
- 1.4. 兽医保健中心和服务的类型
  - 1.4.1. 兽医保健中心
  - 1.4.2. 兽医保健服务
  - 1.4.3. 公私营协作
- 1.5. 兽医临床部门的宏观经济形势
  - 1.5.1. 部门社会经济情况
  - 1.5.2. 部门就业情况

- 1.6. 兽医部门的数字健康
  - 1.6.1. 兽医部门的数字化
  - 1.6.2. 有利于变革的因素和数字工具
  - 1.6.3. 阻碍数字化发展的因素
  - 1.6.4. 数字微分器
  - 1.6.5. 兽医领域的现状和数字化挑战
- 1.7. 应用于兽医保健中心的“一个健康”概念
  - 1.7.1. 一种健康的总体概念——一种幸福
  - 1.7.2. 临床兽医在“同一个健康”中的作用
- 1.8. 兽医卫生中心劳动类别培训
  - 1.8.1. 这个部门培训的当前背景和兽医保健中心的实际需求
  - 1.8.2. 持续培训
  - 1.8.3. 双重阵型
- 1.9. 行业经营战略
  - 1.9.1. 商业联合主义:是什么,如何行使的以及用途是什么?
  - 1.9.2. 主动干预影响这个行业的法规的制定
- 1.10. 不确定时间、变化时间和市场趋势
  - 1.10.1. 具有新概念和感性的工人
  - 1.10.2. 有新要求和需求的客户
  - 1.10.3. 公共卫生新挑战
  - 1.10.4. 新的沟通方式

## 模块2. 适用于兽医中心的业务计划

- 2.1. 兽医中心的商业计划
  - 2.1.1. 计划与控制:同一枚硬币的两面
  - 2.1.2. 为什么以及为什么要有计划?
  - 2.1.3. 谁应这个做?
  - 2.1.4. 什么时候做?
  - 2.1.5. 怎么做?
  - 2.1.6. 一定要书面吗?
  - 2.1.7. 需要回答的问题
  - 2.1.8. 商业计划的部分

- 2.2. 外部分析一:兽医中心环境
  - 2.2.1. 这个包含什么?
  - 2.2.2. 政治环境
  - 2.2.3. 经济环境
  - 2.2.4. 社会环境
  - 2.2.5. 技术环境
  - 2.2.6. 生态环境
  - 2.2.7. 法律环境
- 2.3. 外部分析二:适用于兽医中心部门的竞争环境
  - 2.3.1. 客户
  - 2.3.2. 权限
  - 2.3.3. 供应商
  - 2.3.4. 其他
- 2.4. 兽医中心的内部分析
  - 2.4.1. 设施设备
  - 2.4.2. 个人
  - 2.4.3. 收入/支出
  - 2.4.4. 客户
  - 2.4.5. 价格
  - 2.4.6. 服务
  - 2.4.7. 与客户沟通
  - 2.4.8. 教育
  - 2.4.9. 供应商
  - 2.4.10. 权限
- 2.5. 应用于兽医中心的 SWOT 和 CAME 分析
  - 2.5.1. 弱点
  - 2.5.2. 优势
  - 2.5.3. 威胁
  - 2.5.4. 机会
  - 2.5.5. 正确
  - 2.5.6. 应对
  - 2.5.7. 维护
  - 2.5.8. 业务
- 2.6. 兽医中心作为公司的目标
  - 2.6.1. 什么是咒语?
  - 2.6.2. 特点SMART
  - 2.6.3. 类型
- 2.7. 兽医中心的经营策略
  - 2.7.1. 服务营销的 7 P
  - 2.7.2. 产品-服务
  - 2.7.3. 价格
  - 2.7.4. 分布
  - 2.7.5. 沟通
  - 2.7.6. 人
  - 2.7.7. 临床催眠的
  - 2.7.8. 证据
- 2.8. 兽医中心战略行动计划
  - 2.8.1. 什么是正念?
  - 2.8.2. 如何制定战略
  - 2.8.3. 每个动作要注意什么
  - 2.8.4. 根据对业务的重要性确定行动的优先级
  - 2.8.5. 调度
- 2.9. 兽医中心业务计划的控制计划和监控
  - 2.9.1. 规划与控制
  - 2.9.2. 是什么,为什么必要?
  - 2.9.3. 谁以及如何控制?
  - 2.9.4. 基于指标的控制
  - 2.9.5. 决策
- 2.10. 应用于兽医中心业务计划的应急计划
  - 2.10.1. 它是什么以及它的用途是什么?
  - 2.10.2. 怎么做?
  - 2.10.3. 如何使用它?

### 模块3.用于兽医中心的资金

- 3.1. 兽医中心的费用和收入
  - 3.1.1. 固定成这个
  - 3.1.2. 可变成这个
  - 3.1.3. 直接成这个
  - 3.1.4. 间接成这个
  - 3.1.5. 服务收入
  - 3.1.6. 产品销售收入
  - 3.1.7. 毛利率
  - 3.1.8. 净利润
  - 3.1.9. 购买保证金
  - 3.1.10. 销售保证金
- 3.2. 兽医中心的损益表
  - 3.2.1. EBITDA
  - 3.2.2. 息税前利润或息税前利润
  - 3.2.3. 成这个效益
  - 3.2.4. 生产力
  - 3.2.5. 净结果
- 3.3. 兽医中心仓库的库存管理
  - 3.3.1. 销售成这个
  - 3.3.2. 库存管理系统的特点
  - 3.3.3. 库存和供应控制
  - 3.3.4. 库存警示点
  - 3.3.5. 安全库存
  - 3.3.6. 程序点
  - 3.3.7. 库存周转
- 3.4. 兽医中心的销售比率盈亏平衡点
  - 3.4.1. 兽医中心的主要实用比率
    - 3.4.1.1.交易频率
    - 3.4.1.2.平均交易金额
    - 3.4.1.3.每个客户的平均消费
    - 3.4.1.4.日交易笔数
    - 3.4.1.5.每年的交易数量
  - 3.4.2. 盈亏平衡概念
  - 3.4.3. 盈亏平衡点的预期计算
  - 3.4.4. 回算盈亏平衡点
- 3.5. 兽医中心服务成这个分析技术投资
  - 3.5.1. 兽医中心成这个分析的基础知识
    - 3.5.1.1.兽医实践的成这个分析
    - 3.5.1.2.其他专业服务成这个分析
  - 3.5.2. 计算技术投资的盈利能力
- 3.6. 兽医中心的财务控制和预算管理
  - 3.6.1. 资金控制的基这个原理
  - 3.6.2. 资金控制工具
  - 3.6.3. 预算管理基础
  - 3.6.4. 预算管理工具
- 3.7. 兽医中心的经济估值
  - 3.7.1. 兽医中心经济评估的基础
  - 3.7.2. 评估兽医中心的方法
  - 3.7.3. 商誉
- 3.8. 兽医中心主要管理指标
  - 3.8.1. 概念
  - 3.8.2. 基这个信息
  - 3.8.3. 兽医中心最常见的指标
  - 3.8.4. 人力资源基这个指标
  - 3.8.5. 客户服务质量基这个指标
  - 3.8.6. 关键管理指标的选择
- 3.9. 应用于兽医中心的财务控制面板
  - 3.9.1. 财务记分卡的基这个原理
  - 3.9.2. 趋势分析和期间比较
  - 3.9.3. 控制面板操作
  - 3.9.4. 记分卡结果的解释

- 3.10. 兽医中心的平衡情况
  - 3.10.1. 概念
  - 3.10.2. 资产负债表的结构
  - 3.10.3. 资产负债表的构成
  - 3.10.4. 资产评估
  - 3.10.5. 资产负债表和损益表的诊断
  - 3.10.6. 资产负债表分析
  - 3.10.7. 研究资产负债表中最好奇的比率
  - 3.10.8. 动态股权分析
  - 3.10.9. 损益表的分析报告
  - 3.10.10. 损益表指标

## 模块4.兽医中心的商业战略和创新

- 4.1. 兽医中心经理的角色
  - 4.1.1. 综合管理
  - 4.1.2. 人力资源管理
  - 4.1.3. 财务管理
  - 4.1.4. 职业健康管理
  - 4.1.5. 信息技术管理
  - 4.1.6. 营销和销售管理
  - 4.1.7. 客户服务管理与公共关系
  - 4.1.8. 更换管理层
- 4.2. 兽医中心的战略规划
  - 4.2.1. 定义
  - 4.2.2. 商业战略意识
  - 4.2.3. 兽医中心的战略规划
- 4.3. 兽医中心战略规划的哲学阶段
  - 4.3.1. 定义
- 4.3.2. 元素
  - 4.3.2.1.任务
  - 4.3.2.2.愿景
  - 4.3.2.3.价值观
  - 4.3.2.4.工具
  - 4.3.2.5.战略目标
- 4.3.3. 实际案例
- 4.4. 传统兽医中心的商业模式
  - 4.4.1. 简介
  - 4.4.2. 兽医中心的结构
  - 4.4.3. 服务
  - 4.4.4. 兽医中心的工作人员
- 4.5. 兽医中心的创新研究
  - 4.5.1. 兽医领域的创新理念
  - 4.5.2. 应用于兽医中心的蓝海战略
    - 4.5.2.1.概念
    - 4.5.2.2.分析工具
  - 4.5.3. 兽医中心创新的画布方法
    - 4.5.3.1.描述
    - 4.5.3.2.操作
  - 4.5.4. 兽医中心创新战略的制定
    - 4.5.4.1.新想法的产生和综合
    - 4.5.4.2.创新中心
- 4.6. 为兽医中心的客户设计价值主张
  - 4.6.1. 兽医中心客户/用户的概况
  - 4.6.2. 价值图
  - 4.6.3. 适合价值提供和应用于兽医中心的客户资料
- 4.7. 应用于兽医中心的创新原型
  - 4.7.1. 最小可行创新系统
  - 4.7.2. 全球创新记分卡
  - 4.7.3. 创新运营计划

- 4.8. 兽医保健中心部门的商业模式
  - 4.8.1. 商业模式分解
  - 4.8.2. 长尾巴
  - 4.8.3. 多边平台
  - 4.8.4. 免费商业模式(Freemium)
  - 4.8.5. 开放的模式
- 4.9. 兽医中心的设计思路与应用
  - 4.9.1. 概念
  - 4.9.2. 指导方针和关键
  - 4.9.3. 工具
- 4.10. 兽医中心业务战略持续改进研究
  - 4.10.1. 监测兽医中心的战略计划
  - 4.10.2. 实施兽医中心战略改进

## 模块5. 兽医中心的客户/用户

- 5.1. 兽医中心的客户服务
  - 5.1.1. 卓越的客户服
  - 5.1.2. 客户服务管理
  - 5.1.3. 兽医中心的合规性作为一种忠诚度工具
- 5.2. 兽医中心面对面交流
  - 5.2.1. 与客户沟通的实际优势
  - 5.2.2. 当前范式
  - 5.2.3. 顾客的需要
  - 5.2.4. 客户服务质量管理
    - 5.2.4.1. 与客户的沟通渠道
    - 5.2.4.2. 计算机系统/数据库 (CRM)
    - 5.2.4.3. 质量评估调查
- 5.3. 兽医中心专业人员的基这个沟通技巧
  - 5.3.1. 职业交际中的问题
  - 5.3.2. 专业沟通中的聆听
  - 5.3.3. 非语言交流
  - 5.3.4. 口头交流
  - 5.3.5. 兽医中心的Proxemia

- 5.4. 同理心是 21 世纪与客户关系中的一项基这个技能
  - 5.4.1. 定义和描述
  - 5.4.2. 同理心的表达
  - 5.4.3. 与兽医中心的客户产生同理心的工具
- 5.5. 在兽医诊所中成功应对客户困难情况的方法
  - 5.5.1. 高效临床医生的四个基这个习惯
  - 5.5.2. 专业人士与其客户之间冲突的特征
  - 5.5.3. 处理兽医中心客户困难情况的方法
    - 5.5.3.1. 找出问题
    - 5.5.3.2. 发现意义
    - 5.5.3.3. 利用机会
    - 5.5.3.4. 设置关系边界
    - 5.5.3.5. 扩展帮助以解决问题
  - 5.5.4. 提高专业沟通技巧的工具
- 5.6. 兽医实践中的交流
  - 5.6.1. 简介
  - 5.6.2. 应用于兽医实践的卡尔加里-剑桥模型
    - 5.6.2.1. 准备阶段
    - 5.6.2.2. 咨询开始
    - 5.6.2.3. 数据收集
    - 5.6.2.4. 结果和计划
    - 5.6.2.5. 提供正确的信息
    - 5.6.2.6. 互相理解
    - 5.6.2.7. 完成咨询
  - 5.6.3. 向兽医中心的客户传达坏消息
- 5.7. 兽医中心与客户关系的策略
  - 5.7.1. 关系营销
  - 5.7.2. 客户和兽医中心用户的主要期望
  - 5.7.3. 长期客户关系管理
    - 5.7.3.1. MSMC 模型(为最佳客户提供最佳服务)
    - 5.7.3.2. CRM 的新范式





- 5.8. 兽医中心客户的细分和特征描述
  - 5.8.1. 细分市场和客户组合
    - 5.8.1.1. 兽医中心的卡特化过程
  - 5.8.2. 卡特化的战略优势
  - 5.8.3. 最有价值客户 (MVC)
- 5.9. 兽医中心的客户体验 (CX) 和用户体验 (UX)
  - 5.9.1. 真相的时刻
  - 5.9.2. 构成客户体验的要素
  - 5.9.3. 用户体验
- 5.10. 客户和用户体验在兽医中心的实际应用
  - 5.10.1. 相位
    - 5.10.1.1. 用户体验研究与分析
    - 5.10.1.2. 体验平台的定义
    - 5.10.1.3. 体验的设计和规划
    - 5.10.1.4. 与客户联系或会面的结构
    - 5.10.1.5. 实用方法

**模块6. 兽医中心应用的营销**

- 6.1. 兽医中心的营销
  - 6.1.1. 定义
  - 6.1.2. 需求-购买动机
  - 6.1.3. 供求关系
  - 6.1.4. 营销进化
  - 6.1.5. 当今的公司
  - 6.1.6. 当前客户
  - 6.1.7. 忠诚度:21世纪营销
- 6.2. 兽医中心卖什么?
  - 6.2.1. 产品
  - 6.2.2. 服务
  - 6.2.3. 产品和服务的区别
  - 6.2.4. 产品4P
  - 6.2.5. 服务7P



- 6.3. 服务 - 兽医中心的产品
  - 6.3.1. 服务组合
  - 6.3.2. 产品组合
  - 6.3.3. 如何销售产品
  - 6.3.4. 如何销售服务
  - 6.3.5. 差异化 - 附加值
  - 6.3.6. CABE技术
  - 6.3.7. 神经营销及其在销售中的应用
- 6.4. 兽医中心的服务和产品价格
  - 6.4.1. 价格对公司的重要性
  - 6.4.2. 服务价格的相关性
  - 6.4.3. 如何为服务定价?
  - 6.4.4. 如何确定产品的价格?
  - 6.4.5. 价位表
  - 6.4.6. 如何向客户提供服务价格?
  - 6.4.7. 如何反驳高价评论?
  - 6.4.8. 需求价格弹性曲线
  - 6.4.9. 兽医中心的定价商业模式
  - 6.4.10. 如何收集所有东西, 否则这个怎么办?
- 6.5. 在兽医中心与客户沟通
  - 6.5.1. 内部客户沟通: 员工
  - 6.5.2. 需要: 信息协调
  - 6.5.3. 多渠道和全渠道
  - 6.5.4. 在等候室
  - 6.5.5. 电话服务
  - 6.5.6. 咨询
  - 6.5.7. 提醒
  - 6.5.8. 预防保健运动
  - 6.5.9. 谷歌兽医博士 以及兽医的管理
  - 6.5.10. 客户更换兽医的原因
  - 6.5.11. 满意度调查
  - 6.5.12. 在兽医中心索赔
- 6.6. 兽医中心的广告
  - 6.6.1. 我想接触什么样的客户?
  - 6.6.2. 等候室
  - 6.6.3. 促销元素
  - 6.6.4. 书面方式
  - 6.6.5. 数字媒体
  - 6.6.6. 其他
- 6.7. 兽医中心的交叉销售
  - 6.7.1. 它是什么以及它的用途是什么?
  - 6.7.2. 交叉销售的类型
  - 6.7.3. 如何进行?
  - 6.7.4. 服务+服务
  - 6.7.5. 服务+产品
  - 6.7.6. 产品+产品
  - 6.7.7. 团队合作
- 6.8. 商品销售
  - 6.8.1. 定义
  - 6.8.2. 支柱
  - 6.8.3. 目标
  - 6.8.4. 购买决策过程和购买类型
  - 6.8.5. 外边
    - 6.8.5.1. 正面
    - 6.8.5.2. 身份认同
    - 6.8.5.3. 门
    - 6.8.5.4. 展示厅
  - 6.8.6. 里面
    - 6.8.6.1. 品种
    - 6.8.6.2. 空间布局
  - 6.8.7. 库存管理
  - 6.8.8. 销售点的动画
    - 6.8.8.1. 外部
    - 6.8.8.2. 内部
    - 6.8.8.3. PLV
    - 6.8.8.4. 推广

- 6.9. 兽医中心的数字营销
    - 6.9.1. 概论
    - 6.9.2. ROPO效应
    - 6.9.3. 混合营销:线下和线上
    - 6.9.4. 兽医中心的网站
    - 6.9.5. 应用于兽医中心的社交网络
      - 6.9.5.1. Facebook
      - 6.9.5.2. Twitter
      - 6.9.5.3. Instagram
      - 6.9.5.4. YouTube频道
    - 6.9.6. 电子邮件营销
    - 6.9.7. 即时通讯工具
  - 6.10. 兽医中心客户的忠诚度工具
    - 6.10.1. 并非所有客户都具有相同的价值
    - 6.10.2. 健康计划
    - 6.10.3. 预防保健运动
    - 6.10.4. 兽医保险
    - 6.10.5. 积分系统
    - 6.10.6. 优惠券
    - 6.10.7. 其他
- ## 模块7.兽医机构的人力资源管理
- 7.1. 兽医中心员工的战略规划 I
    - 7.1.1. 团队维度
    - 7.1.2. 技能和才能
    - 7.1.3. 角色、职责和任务
  - 7.2. 兽医中心员工的战略规划 II
    - 7.2.1. 职位分析与描述
    - 7.2.2. 工作目标
    - 7.2.3. 组织结构图
  - 7.3. 兽医中心的选择过程 I
    - 7.3.1. 剖析
    - 7.3.2. 工作机会的设计
    - 7.3.3. 课程接收与选择
  - 7.4. 兽医中心的选择过程 II
    - 7.4.1. 课程阅读:检测技巧、参考资料
    - 7.4.2. 求职面试模板, 关键问题
    - 7.4.3. 与候选人员的沟通
  - 7.5. 兽医中心合作者的招募和合并
    - 7.5.1. 招聘、专业类
    - 7.5.2. 工资单
    - 7.5.3. 欢迎的流程
  - 7.6. 兽医中心团队培训
    - 7.6.1. 培训目标
    - 7.6.2. 内部和外部培训
    - 7.6.3. 培训的评估和经济方面
    - 7.6.4. 职业规划
  - 7.7. 兽医中心的内部沟通
    - 7.7.1. 有效沟通
    - 7.7.2. 内部沟通工具
    - 7.7.3. 有效的会议
  - 7.8. 评估兽医中心合作者的绩效
    - 7.8.1. 重要概念
    - 7.8.2. 建立指标
    - 7.8.3. 评估模型
    - 7.8.4. 实施
    - 7.8.5. 与激励的关系
  - 7.9. 保留兽医中心有价值的合作者
    - 7.9.1. 工作满意度
    - 7.9.2. 动机
    - 7.9.3. 认可和奖励
    - 7.9.4. 提拔和升迁

- 7.10. 兽医中心合作者的报酬
  - 7.10.1. 工资类别
  - 7.10.2. 固定和可变
  - 7.10.3. 建立激励的标准
  - 7.10.4. 激励类型:经济和非经济
  - 7.10.5. 情绪化的薪酬

## 模块8.在兽医中心应用的领导和管理技能

- 8.1. 兽医中心经理和/或所有者的基这个管理技能
  - 8.1.1. 总局
  - 8.1.2. 决策
  - 8.1.3. 分辨能力
  - 8.1.4. 灵活性
  - 8.1.5. 自我意识
  - 8.1.6. 坚定的态度
  - 8.1.7. 沟通
  - 8.1.8. 情绪智力
- 8.2. 应用于兽医中心的领导
  - 8.2.1. 领导者特征
  - 8.2.2. 领导福利
  - 8.2.3. 领袖练习
  - 8.2.4. 代表团
    - 8.2.4.1. 授权策略
    - 8.2.4.2. 任务选择
    - 8.2.4.3. 资格审查程序
  - 8.2.5. 与合作者的动机访谈
    - 8.2.5.1. 生长/地图方法
- 8.3. 兽医中心经理的谈判
  - 8.3.1. 谈判技巧
  - 8.3.2. 谈判的类型和风格

- 8.3.3. 谈判阶段
    - 8.3.3.1. 准备工作
    - 8.3.3.2. 讨论与论证
      - 8.3.3.3. 提案
    - 8.3.3.4. 交换
    - 8.3.3.5. 关闭
    - 8.3.3.6. 后续
  - 8.3.4. 谈判策略和技巧
  - 8.3.5. 战略
- 8.4. 兽医中心经理的时间管理
    - 8.4.1. 停下来,反思,分析,决定
    - 8.4.2. 内在的知道
    - 8.4.3. 如何确定优先级
    - 8.4.4. 行动
    - 8.4.5. 计划和组织
    - 8.4.6. 时间小偷
  - 8.5. 如何建立对兽医中心合作者的信任
    - 8.5.1. 自信心
    - 8.5.2. 相信其他人
    - 8.5.3. 建设性的自我批评
    - 8.5.4. 尊重与责任
    - 8.5.5. 诚信
    - 8.5.6. 试验/错误
  - 8.6. 兽医中心经理的生产力管理
    - 8.6.1. 生产力小偷
    - 8.6.2. Getting Things Done® (GTD) 方法
      - 8.6.2.1. 基础知识
      - 8.6.2.2. 收集或捕捉
      - 8.6.2.3. 处理或澄清
      - 8.6.2.4. 组织
      - 8.6.2.5. 审查
      - 8.6.2.6. 做

- 8.7. 兽医中心的高绩效专业团队
    - 8.7.1. 工作组
    - 8.7.2. 专业团队的特点
    - 8.7.3. 高绩效专业团队的好处
    - 8.7.4. 实际案例
  - 8.8. 兽医中心内部冲突的识别和解决
    - 8.8.1. 专业团队五种功能失调的方法
      - 8.8.1.1. 缺乏信任
      - 8.8.1.2. 害怕冲突
      - 8.8.1.3. 缺乏信任
      - 8.8.1.4. 避免责任
      - 8.8.1.5. 对结果不感兴趣
    - 8.8.2. 专业团队失败的原因
  - 8.9. 兽医中心预防内毒
    - 8.9.1. 组织健康
    - 8.9.2. 预防措施
      - 8.9.2.1. 打造有凝聚力的领导团队
      - 8.9.2.2. 清晰的组织
      - 8.9.2.3. 清晰传达
      - 8.9.2.4. 加强清晰度
  - 8.10. 管理变革管理
    - 8.10.1. 信念审核
    - 8.10.2. 个性发展
    - 8.10.3. 改变动作
- ## 模块9. 兽医中心的生产流程
- 9.1. 兽医中心生产流程简介
    - 9.1.1. 业务流程概念
    - 9.1.2. 业务流程简介
    - 9.1.3. 过程的图形表示
    - 9.1.4. 流程标准化
    - 9.1.5. 兽医中心流程的实例
  - 9.2. 兽医中心生产流程分析
    - 9.2.1. 流程管理系统
    - 9.2.2. 业务流程的测量、分析和改进
    - 9.2.3. 良好指导和管理的过程的特征
  - 9.3. 兽医保健中心部门的商业生产力
    - 9.3.1. 专注于关键目标
    - 9.3.2. 为客户产生的附加值
    - 9.3.3. 分析流程提供的价值
    - 9.3.4. 竞争力
    - 9.3.5. 生产率损失与改进分析
  - 9.4. 应用于兽医保健中心部门的业务管理模型
    - 9.4.1. 传统大众管理
    - 9.4.2. 基于精益模型的管理
    - 9.4.3. 基于改良传统模式的管理
  - 9.5. 精益管理模式应用于兽医中心的简介
    - 9.5.1. 基于这个原理和特点
    - 9.5.2. 活动流
    - 9.5.3. 拖拉系统
    - 9.5.4. 流-拉
    - 9.5.5. 持续改进
  - 9.6. 应用于兽医中心的生产模型中的废物
    - 9.6.1. 废物、废物或蜕皮
    - 9.6.2. 废物种类
    - 9.6.3. 浪费的原因
    - 9.6.4. 废物处理
  - 9.7. 兽医中心精益管理模式的实施 I
    - 9.7.1. 工艺调节
    - 9.7.2. 流量 拉动 平衡和灵活的
    - 9.7.3. 从传统模式过渡到精益实施
    - 9.7.4. 第一阶段: 建立定期不间断的流程

- 9.8. 兽医中心精益管理模式的实施II
  - 9.8.1. 第二阶段:整合流程,消除浪费,确保质量,规范操作
  - 9.8.2. 阶段3:建立流程 拉动
  - 9.8.3. 第四阶段:生产节奏的灵活性
- 9.9. 兽医中心精益管理模式的实施III
  - 9.9.1. 第五阶段:产品类型的灵活性
  - 9.9.2. 第6阶段:全面实施平衡、平坦、多产品的 拉动流程
  - 9.9.3. 第七阶段:易管控
- 9.10. 兽医中心的精益实施工具
  - 9.10.1. 价值 (流地图)
  - 9.10.2. A3:分析新的方法或需要解决的问题

## 模块10.兽医机构的法律问题和管理

- 10.1. 兽医保健中心部门的公司法律形式
  - 10.1.1. 按职责类型
  - 10.1.2. 根据合作伙伴数量
  - 10.1.3. 按股这个
- 10.2. 兽医中心的数据保护
  - 10.2.1. 数据保护法
  - 10.2.2. 行动协议
  - 10.2.3. 数据处理协议
  - 10.2.4. 活动记录
  - 10.2.5. 监管报告
  - 10.2.6. 数据控制者
- 10.3. 兽医中心的职业健康
  - 10.3.1. 社会心理风险
  - 10.3.2. 人体工学风险
  - 10.3.3. 生物学风险
  - 10.3.4. 化学风险
  - 10.3.5. 物理风险
  - 10.3.6. 安全卫生





- 10.4. 兽医保健机构的药品法
  - 10.4.1. 需要考虑的药品法方面
  - 10.4.2. 食谱:保存期限、控制、登记
  - 10.4.3. 处方
  - 10.4.4. 特殊食谱
- 10.5. 兽医保健中心部门的集体协议
  - 10.5.1. 工作和职能的组织
    - 10.5.1.1. 工资和额外工资的看法
  - 10.5.2. 工作日
    - 10.5.2.1. 带薪休假
  - 10.5.3. 培训和职业生涯
  - 10.5.4. 招聘方式
  - 10.5.5. 劳动行为准则
  - 10.5.6. 平等委员会
- 10.6. 职业兽医伦理和义务论
  - 10.6.1. 道德准则
  - 10.6.2. 伦理学的基这个原则
  - 10.6.3. 专业职责
  - 10.6.4. 动物福利和虐待
  - 10.6.5. 兽医职业道德规范
- 10.7. 在兽医保健中心开展活动的民事责任
  - 10.7.1. 概念
  - 10.7.2. 兽医民事责任的假设
  - 10.7.3. 过错或疏忽的责任
  - 10.7.4. 民事诉讼
- 10.8. 兽医中心的债务和未付管理
  - 10.8.1. 债务确认文件
  - 10.8.2. 收款的延期和融资
  - 10.8.3. 与债务人的沟通
  - 10.8.4. 付款程序令
- 10.9. 兽医中心的采购管理
  - 10.9.1. 预算
  - 10.9.2. 付款管理
  - 10.9.3. 融资和付款延期

- 10.10. 与兽医中心客户的电话沟通
  - 10.10.1. 电话通讯协议
  - 10.10.2. 与客户沟通
  - 10.10.3. 内部通讯和通话记录

## 模块11.公司的领导力、道德和社会责任

- 11.1. 全球化与治理
  - 11.1.1. 治理和公司治理
  - 11.1.2. 企业公司治理的基本原则
  - 11.1.3. 董事会在公司治理框架中的角色
- 11.2. 跨文化管理
  - 11.2.1. 跨文化管理的概念
  - 11.2.2. 对民族文化知识的贡献
  - 11.2.3. 多元化管理
- 11.3. 可持续发展
  - 11.3.1. 可持续性和可持续发展
  - 11.3.2. 2030年议程
  - 11.3.3. 可持续发展的公司
- 11.4. 企业社会责任
  - 11.4.1. 企业社会责任的国际维度
  - 11.4.2. 履行企业社会责任
  - 11.4.3. 公司社会责任的影响及衡量
- 11.5. 负责任管理的系统和工具
  - 11.5.1. RSC: 企业社会责任
  - 11.5.2. 实施负责任管理战略的基本要素
  - 11.5.3. 实施企业社会责任管理系统的步骤
  - 11.5.4. CSR工具和标准

- 11.6. 跨国公司与人权
  - 11.6.1. 全球化、跨国企业和人权
  - 11.6.2. 跨国公司面临国际法
  - 11.6.3. 跨国公司有关人权的法律文书
- 11.7. 法律环境和公司治理
  - 11.7.1. 国际进出口法规
  - 11.7.2. 知识产权和工业产权
  - 11.7.3. 国际劳工法

## 模块12.人事和人才管理

- 12.1. 战略人员管理
  - 12.1.1. 战略管理和人力资源
  - 12.1.2. 人员管理战略
- 12.2. 基于能力的人力资源管理
  - 12.2.1. 潜力分析
  - 12.2.2. 薪酬政策
  - 12.2.3. 职业/继任计划
- 12.3. 人才和人事管理创新
  - 12.3.1. 战略人才管理模式
  - 12.3.2. 人才识别、培训和发展
  - 12.3.3. 忠诚度和保留率
  - 12.3.4. 积极主动,勇于创新
- 12.4. 动机
  - 12.4.1. 激励的这个质
  - 12.4.2. 期望理论
  - 12.4.3. 需求理论
  - 12.4.4. 激励和经济补偿



- 12.5. 沟通管理
  - 12.5.1. 企业内外沟通
  - 12.5.2. 通讯部门
  - 12.5.3. 公司的传媒负责人Dircom 简介
- 12.6. 生产力、吸引、保留和激活人才
  - 12.6.1. 生产力
  - 12.6.2. 吸引和保留人才的杠杆

## 模块13.执行管理

- 13.1. 一般管理
  - 13.1.1. 一般 管理概念
  - 13.1.2. 总经理的行动
  - 13.1.3. 总干事和他的职能
  - 13.1.4. 管理局工作的转型
- 13.2. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法
  - 13.2.1. 经理和他或她的职能。组织文化及其方法
- 13.3. 业务管理
  - 13.3.1. 领导力的重要性
  - 13.3.2. 价值链
  - 13.3.3. 质量管理
- 13.4. 公众演讲和发言人培训
  - 13.4.1. 人际沟通
  - 13.4.2. 沟通技巧和影响力
  - 13.4.3. 沟通障碍
- 13.5. 个人和组织沟通的工具
  - 13.5.1. 人际交往
  - 13.5.2. 人际交往的工具
  - 13.5.3. 组织内的沟通
  - 13.5.4. 组织中的工具
- 13.6. 危机情况下的沟通
  - 13.6.1. 危机
  - 13.6.2. 危机的各个阶段
  - 13.6.3. 信息:内容和时刻
- 13.7. 准备一个危机计划
  - 13.7.1. 对潜在问题的分析
  - 13.7.2. 教学
  - 13.7.3. 工作人员是否充足
- 13.8. 情绪智力
  - 13.8.1. 情绪智力和沟通
  - 13.8.2. 自信、同理心和积极倾听
  - 13.8.3. 自尊与情感沟通
- 13.9. 个人品牌
  - 13.9.1. 发展个人品牌的策略
  - 13.9.2. 个人品牌建设的法则
  - 13.9.3. 建立个人品牌的工具



借此机会了解这个领域的最新发展,并将其应用到你的日常工作中"

# 06 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的: **Re-learning**。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被**新英格兰医学杂志**等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。





“

发现 Re-learning, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

## 在TECH, 我们使用案例法

在特定情况下, 专业人士应该怎么做? 在整个课程中, 你将面对多个基于真实动物的模拟临床案例, 在这些案例中, 你必须调查, 建立假设并最终解决问题。关于该方法的有效性, 有大量的科学证据。专业人员随着时间的推移, 学习得更好, 更快, 更持久。

和TECH, 你可以体验到一种正在动摇世界各地传统大学基础的学习方式。



根据Gérvas博士的说法, 临床病例是对一个病人或一组病人的注释性介绍, 它成为一个 "案例", 一个说明某些特殊临床内容的例子或模型, 因为它的教学效果或它的独特性或稀有性。案例必须基于当前的职业生活, 试图再现兽医职业实践中的实际情况。

“

你知道吗, 这种方法是1912年在哈佛大学为法律学生开发的? 案例法包括提出真实的复杂情况, 让他们做出决定并证明如何解决这些问题。1924年, 它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法”

#### 该方法的有效性由四个关键成果来证明:

1. 遵循这种方法的兽医不仅实现了对概念的吸收, 而且还通过练习评估真实情况 and 应用知识来发展自己的心理能力。
2. 学习扎根于实践技能, 使学生能够更好地融入现实世界。
3. 由于使用了从现实中产生的情况, 思想和概念的吸收变得更容易和更有效。
4. 投入努力的效率感成为对兽医的一个非常重要的刺激, 这转化为对学习的更大兴趣并增加学习时间。



## Re-learning 方法

TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合,在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: Re-learning。



兽医将通过真实案例和在模拟学习环境中解决复杂情况进行学习。这些模拟情境是使用最先进的软件开发的,以促进沉浸式学习。

处在世界教育学的前沿,按照西班牙语世界中最好的在线大学(哥伦比亚大学)的质量指标, Re-learning 方法成功地提高了完成学业的专业人员的整体满意度。

通过这种方法我们已经培训了超过6000名兽医,取得了空前的成功,在所有的临床专科手术中都是如此。所有这些都是一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

Re-learning 将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。

根据国际最高标准,我们的学习系统的总分是8.01分。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



### 学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



### 最新的技术和程序视频

TECH使学生更接近最新的技术,最新的教育进展和当前兽医技术和程序的最前沿。所有这些,都是以第一人称,以最严谨的态度进行解释和详细说明了,以促进学生的同化和理解。最重要的是,您可以想看几次就看几次。



### 互动式总结

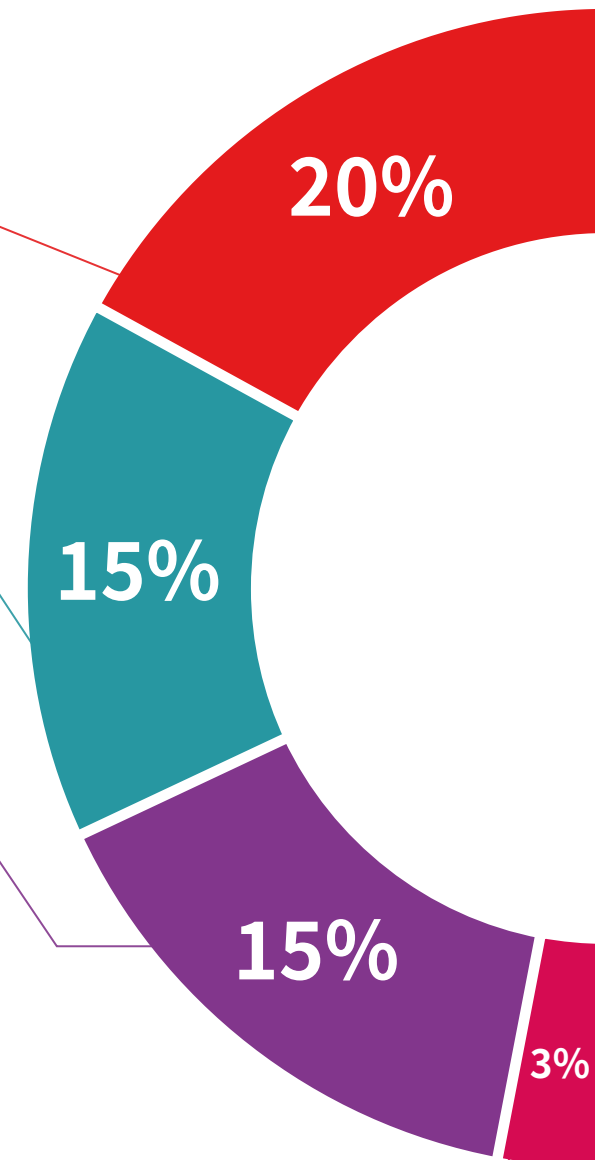
TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体丸中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。

这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予 "欧洲成功案例" 称号。

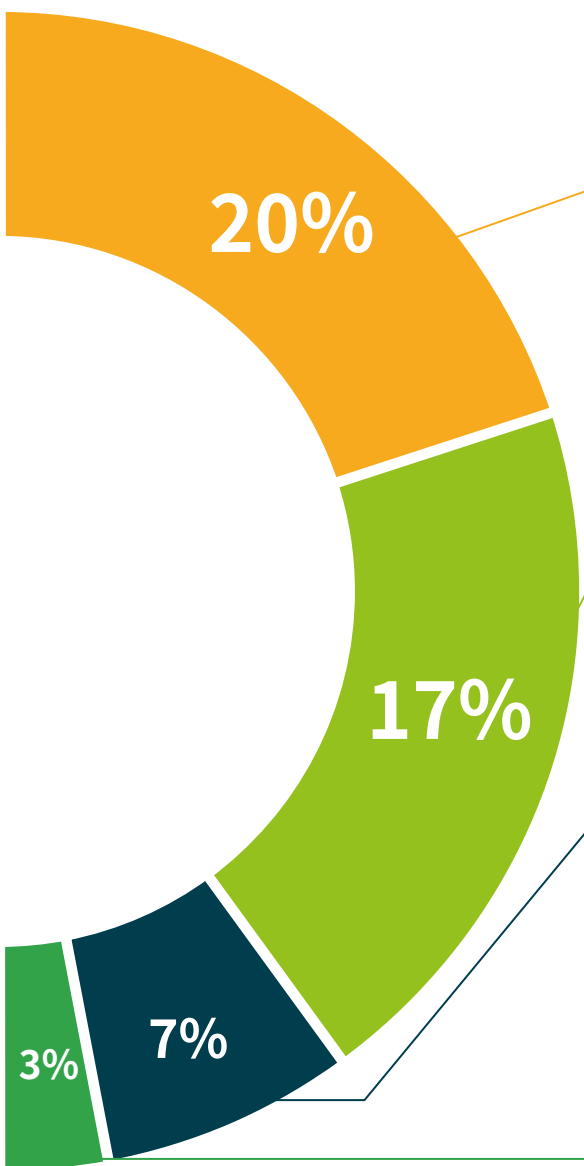


### 延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。







### 由专家主导和开发的案例分析

有效的学习必然是和背景联系的。因此, TECH将向您展示真实的案例发展, 在这些案例中, 专家将引导您注重发展和处理不同的情况: 这是一种清晰而直接的方式, 以达到最高程度的理解。



### 测试和循环测试

在整个课程中, 通过评估和自我评估活动和练习, 定期评估和重新评估学习者的知识: 通过这种方式, 学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



### 大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。  
向专家学习可以加强知识和记忆, 并为未来的困难决策建立信心。



### 快速行动指南

TECH以工作表或快速行动指南的形式提供课程中最相关的内容。一种合成的, 实用的, 有效的帮助学生在学业上取得进步的方法。



# 07 学位

兽医中心管理与指导 MBA校级硕士除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由  
TECH 科技大学 颁发的校级硕士学位证书。



“

顺利完成这个课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个兽医中心管理与指导 MBA 校级硕士包含了市场上最完整和最新的科学课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到TECH科技大学颁发的相应的校级硕士学位。

学位由TECH科技大学颁发, 证明在校级硕士学位中所获得的资质, 并满足工作交流, 竞争性考试和职业评估委员会的要求。

学位: 兽医中心管理与指导 MBA 校级硕士

模式: 在线

时长: 12个月



\*海牙加注。如果学生要求为他们的纸质资格证书提供海牙加注, TECH EDUCATION将采取必要的措施来获得, 但需要额外的费用。

健康 信心 未来 人 导师  
教育 信息 教学  
保证 资格认证 学习  
机构 社区 科技 承诺 创新  
个性化的关注 现在 质量  
知识 网页 培养  
网上教室 发展 语言 机构

**tech** 科学技术大学

校级硕士  
兽医中心管理与指导 MBA

- » 模式:在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

校级硕士

兽医中心管理与指导 MBA