

Executive Master

MBA in Management von Zahnkliniken

M B A M Z



Executive Master MBA in Management von Zahnkliniken

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-management-zahnkliniken

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 38

08

Profil unserer Studenten

Seite 46

09

Kursleitung

Seite 50

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 74

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 78

12

Qualifizierung

Seite 82

01

Willkommen

Dank der Entstehung zahlreicher Zahnkliniken in den letzten Jahren wird der zahnmedizinische Sektor immer wettbewerbsfähiger. Darüber hinaus erfordert der Erfolg einer Zahnklinik auch Exzellenz auf geschäftlicher Ebene, weshalb eine Spezialisierung in diesem Bereich unerlässlich ist, um den nötigen Schub zu geben, damit diese Unternehmen zur Elite ihres Sektors aufsteigen. So ist es unerlässlich, dass die Fachleute die erforderlichen Kompetenzen beispielsweise in den Bereichen Finanzen, Logistik, Marketing und Kommunikation oder Personalmanagement erwerben. Zusätzlich werden die Studenten im Rahmen dieses kompletten Studiengangs von TECH an 10 *Masterclasses* teilnehmen, die von einem renommierten internationalen Gastdirektor gehalten werden.



MBA in Management von Zahnkliniken
TECH Global University



“

Sie werden sich von anderen Fachleuten in der Branche abheben, nachdem Sie von einem renommierten internationalen Gastdirektor etwas über globales Praxismanagement gelernt haben"

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95%

der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000

jährlich spezialisierte Manager

+200

verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500

Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Dieses Programm ist darauf ausgerichtet, Ihre Management- und Führungsfähigkeiten im Bereich der Zahnkliniken zu stärken sowie neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich sind. Nach dem Programm werden Sie in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen.



“

*Bei TECH lernen Sie, wie man eine
Zahnklinik strategisch führt"*

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen**

Der MBA in Management von Zahnkliniken wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Verwenden theoretischer, methodischer und analytischer Werkzeuge, um das eigene klinisch-dentale Geschäft optimal zu verwalten und zu leiten und sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld effektiv zu differenzieren

04

Beschreiben der aktuellen Situation und der zukünftigen Trends bei den Managementmodellen und dem Management des klinisch-dentalen Unternehmens auf internationalem Niveau, um in der Lage zu sein, Ziele und differenzierende und erfolgreiche Strategien zu definieren

02

Fördern des Erwerbs persönlicher und beruflicher Fähigkeiten, die die Studenten dazu ermutigen, ihre eigenen Unternehmensprojekte mit größerem Selbstvertrauen und größerer Entschlossenheit in Angriff zu nehmen, sowohl bei der Gründung eines eigenen klinisch-dentalen Unternehmens als auch bei der Innovation des Management- und Führungsmodells des klinisch-dentalen Unternehmens, das sie bereits besitzen

03

Professionalisieren des klinisch-dentalen Sektors durch kontinuierliche und spezifische Spezialisierung im Bereich Management und Unternehmensführung

05

Kennenlernen der Terminologie und der Konzepte, die für den Bereich Management und Unternehmensführung spezifisch sind, um sie effektiv in klinisch-dentalen Unternehmen anzuwenden



06

Entdecken und Analysieren der Schlüsselpunkte erfolgreicher Geschäftsmodelle führender Zahnkliniken, um die Motivation, Inspiration und strategische Mentalität zukünftiger Manager zu steigern

08

Erlernen der am häufigsten verwendeten Validierungsmethode für die Entwicklung und Innovation von Geschäftsmodellen in allen Geschäftsbereichen, mit praktischer und spezifischer Anwendung im klinisch-dentalen Bereich

09

Beschreiben der Sprache, der Konzepte, der Instrumente und der Logik des Marketings als wichtige Geschäftsaktivität für das Wachstum und die Positionierung des klinisch-dentalen Geschäfts

07

Effektives Identifizieren und Beschreiben des Wertversprechens der Zahnarztpraxis, als solide Grundlage für die Erstellung einer anschließenden Marketing- und Verkaufsstrategie

10

Vertiefen der digitalen Kommunikationstools, die in der 2.0-Ära unbedingt beherrscht werden müssen, um sicherzustellen, dass das Wertangebot der Zahnklinik die Zielpatienten über die am besten geeigneten Kanäle erreicht



11

Erwerben von Managementfähigkeiten auf der Grundlage von Führungsqualitäten, die eine effektive Kommunikation mit dem Team ermöglichen und die Schaffung eines gesunden Arbeitsumfelds begünstigen, das auf gemeinsame Ziele und die Erzielung von Ergebnissen ausgerichtet ist

14

Nachdenken über die Eigenschaften der Führungspersönlichkeit in Organisationen und Stärkung der Führungskompetenzen für eine erfolgreiche Führung durch die Anwendung der neuesten Coaching- und emotionalen Intelligenztechniken

12

Erlernen der grundlegenden Konzepte des Personalmanagements, um Rekrutierungsprozesse zu leiten und die Talente des Teams, das die Zahnklinik ausmacht, zu schützen

13

Entwickeln einer effektiven Methode für Teammanagement, Entscheidungsfindung und Konfliktlösung auf der Grundlage des Modells der emotionalen Intelligenz und Techniken des Organisationscoachings

15

Gestalten von Arbeitsabläufen, die sich auf ein Modell für Produktivität und Qualität in der Zahnklinik konzentrieren, das auf der Philosophie der kontinuierlichen Verbesserung basiert



16

Verwenden digitaler Tools, die die effiziente Planung und Verwaltung der Aufgaben der Zahnklinik erleichtern, was kurzfristig zu erheblichen Kosteneinsparungen führt

18

Beherrschen der wichtigsten Finanzinstrumente, um wichtige Entscheidungen auf der Grundlage objektiver Daten zu treffen

19

Erwerben wichtiger Kenntnisse der Kostenanalyse, um die aktuelle Situation Ihres Unternehmens in Bezug auf die Rentabilität zu verstehen und Zukunftsszenarien definieren zu können

17

Anwenden von Instrumenten und Arbeitsverfahren, die für eine optimale Einkaufs- und Lagerverwaltung von Ressourcen unerlässlich sind, um einen unproduktiven Ausgabenfluss zu vermeiden

20

Erläutern der wichtigsten Aufgaben und moralischen Verpflichtungen im Zusammenhang mit der Entwicklung des zahnärztlichen Berufsstandes im geschäftlichen Umfeld, wobei der Schwerpunkt auf der Behandlung des Patienten liegt



05

Kompetenzen

Nach Bestehen der Prüfungen des MBA in Management von Zahnkliniken wird die Fachkraft die notwendigen Kompetenzen für eine hochwertige und aktualisierte Praxis auf der Grundlage der innovativsten didaktischen Methodik erworben haben.



A black and white photograph showing a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has three bars of increasing height. The background is a dark blue diagonal shape.

“

Leiten Sie eine erfolgreiche Zahnklinik, nachdem Sie sich das Wissen angeeignet haben, das dieser umfassende MBA bietet“

01

Definieren der Rolle jedes einzelnen Teammitglieds innerhalb der Zahnklinik

02

Angemessenes Handhaben bestehender Strategien für die Anwerbung, Vergütung und Gewinnung von Talenten

03

Wirksames Anwenden der Modalitäten des Vertragsabschlusses, um die Gehaltsabrechnung zu verwalten und so eine korrekte Formalisierung der Vergütung der Mitglieder des Teams unserer Zahnklinik zu erreichen

04

Festlegen von Handlungsprotokollen, die eine korrekte Durchführung von Aufgaben in der Zahnklinik ermöglichen, einschließlich Überwachungsinstrumenten zur Kontrolle und Bewertung der Anwendung dieser Protokolle

05

Erstellen von Zufriedenheitsumfragen zur Entwicklung und Umsetzung von Verbesserungen, die sich an die Bedürfnisse der Patienten in der Zahnklinik anpassen

06

Identifizieren der Kostenarten, die in einer Zahnklinik anfallen, um die Kosten/Stunde dafür zu berechnen und eine angemessene Preisgestaltung festzulegen

07

Erkennen und Antizipieren neuer Managementtrends im Bereich der Zahnkliniken

10

Organisieren und Durchführen der Einkaufsfunktion in einer Klinik

08

Wissen, wie man die beste Geschäftsstrategie für die zu erreichenden Ziele entwickelt

11

Definieren und Bewerten von Lieferantenauswahl-, Beschaffungs- und Lieferprozessen, die dazu beitragen, den Fluss der für den ordnungsgemäßen Betrieb der Klinik erforderlichen Materialien zu gewährleisten

09

Wissen, wie man ein Arbeitsteam im klinisch-dentalen Bereich managt und leitet

12

Kontrollieren der Bestände auf effiziente Weise und Verbessern der Verwaltung des Anlagekapitals

13

Intelligentes und einfaches Verhandeln, um die günstigsten Bedingungen für die richtige Entwicklung der Zahnklinik zu erhalten





14

Ausführen des zahnärztlichen Berufs auf ethischer und moralischer Grundlage

06

Struktur und Inhalt

Der MBA in Management von Zahnkliniken ist ein maßgeschneidertes Programm, das in einem 100%igen Online-Format unterrichtet wird, so dass Sie die Zeit und den Ort wählen können, die am besten zu Ihrer Verfügbarkeit, Ihrem Zeitplan und Ihren Interessen passen.

Das Programm erstreckt sich über 12 Monate und soll eine einzigartige und anregende Erfahrung sein, die den Grundstein für ihren Erfolg als Leiter einer Zahnklinik legt.



“

Entwickeln Sie die Fähigkeiten, die Sie brauchen, um die Zahnkliniken, in denen Sie Ihren Beruf ausüben, zum Erfolg zu führen. Und um Ihnen dabei zu helfen, bieten wir Ihnen bei TECH diesen umfassenden Lehrplan an”

Lehrplan

Der MBA in Management von Zahnkliniken der TECH Global University ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Gesundheitswesen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zu treffen. Der Inhalt ist so konzipiert, dass die Entwicklung von Managementfähigkeiten gefördert werden, um eine bessere Entscheidungsfindung in unsicheren Umgebungen zu ermöglichen.

Während der 2.700 Studienstunden werden Sie in Einzelarbeit eine Vielzahl praktischer Fälle analysieren, was Ihnen ein kontextbezogenes und vertieftes Studium ermöglicht, das Ihnen in Ihrer täglichen Praxis von großem Nutzen sein wird. Es ist also ein echtes Eintauchen in reale Geschäftssituationen.

Dieser MBA befasst sich eingehend mit verschiedenen Bereichen von Zahnkliniken und ist darauf ausgerichtet, Führungskräften eine Spezialisierung zu ermöglichen, um das Senior Management aus einer strategischen, internationalen und innovativen Perspektive zu verstehen.

Ein für Sie entworfener Plan, der sich auf Ihre berufliche Weiterentwicklung konzentriert und Sie darauf vorbereitet, Spitzenleistungen im Bereich des Managements von Zahnkliniken zu erzielen. Ein Programm, das auf Ihre Bedürfnisse und die Ihres Unternehmens eingeht, mit innovativen Inhalten, die auf den neuesten Trends beruhen, unterstützt von der besten Lehrmethodik und einem außergewöhnlichen Lehrkörper, der Ihnen die Fähigkeiten vermittelt, kritische Situationen auf kreative und effiziente Weise zu lösen.

Dieses Programm erstreckt sich über einen Zeitraum von 12 Monaten und ist in 14 Module unterteilt:

Modul 1	Säulen des Managements einer Zahnklinik
Modul 2	Gestaltung einer Zahnklinik
Modul 3	Einführung in das Marketing
Modul 4	Marketing 2.0
Modul 5	Der Wert des Humankapitals
Modul 6	Teammanagement
Modul 7	Qualitäts- und Zeitmanagement in der Zahnklinik
Modul 8	Einkauf und Lagerverwaltung
Modul 9	Kosten und Finanzen für Zahnkliniken
Modul 10	Zahnärztliche Ethik
Modul 11	Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen
Modul 12	Personal- und Talentmanagement
Modul 13	Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung
Modul 14	Geschäftsleitung



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet Ihnen die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Fortbildung werden Sie jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, so dass Sie sich Ihre Lernzeit selbst einteilen können.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Säulen des Managements einer Zahnklinik

1.1. Einführung in das Management einer Zahnklinik 1.1.1. Konzept des Managements 1.1.2. Zweck der Managements	1.2. Die unternehmerische Vision der Zahnklinik 1.2.1. Definition des Unternehmens: Ansatz der Zahnklinik als Dienstleistungsunternehmen 1.2.2. Elemente des Unternehmens, wie sie in Zahnkliniken angewendet werden	1.3. Die Figur des Managers 1.3.1. Beschreibung der Führungsposition in Zahnkliniken 1.3.2. Die Aufgaben des Managers	1.4. Formen der Unternehmensorganisation 1.4.1. Der Eigentümer 1.4.2. Die juristische Person als Inhaber einer Zahnarztpraxis
1.5. Kenntnisse des klinisch-dentalen Sektors	1.6. Terminologie und Schlüsselkonzepte des	Managements und der Unternehmensführung	1.7. Aktuelle erfolgreiche Modelle von Zahnkliniken

Modul 2. Gestaltung einer Zahnklinik

2.1. Einführung und Ziele	2.2. Aktuelle Situation des klinisch-dentalen Sektors 2.2.2. Internationale Ebene	2.3. Die Entwicklung des klinisch-dentalen Sektors und seine Trends 2.3.2. Internationale Ebene	2.4. Wettbewerbsanalyse 2.4.1. Preisanalyse 2.4.2. Analyse der Differenzierung
2.5. SWOT-Analyse	2.6. Wie entwirft man das Canvas-Modell einer Zahnarztpraxis 2.6.1. Kundensegment 2.6.2. Bedürfnisse 2.6.3. Lösungen 2.6.4. Kanäle	2.6.5. Nutzenversprechen 2.6.6. Struktur der Einnahmen 2.6.7. Kostenstrukturen 2.6.8. Wettbewerbsvorteile 2.6.9. Schlüsselkennzahlen	2.7. Methode zur Validierung Ihres Geschäftsmodells: Lean-Startup-Zyklus 2.7.1. Fall 1: Validierung Ihres Modells in der Erstellungsphase 2.7.2. Fall 2: Anwendung der Methode, um Ihr aktuelles Modell zu erneuern
2.8. Die Bedeutung der Validierung und Verbesserung des Geschäftsmodells Ihrer Zahnarztpraxis	2.9. Wie definieren Sie das Wertangebot Ihrer Zahnarztpraxis	2.10. Auftrag, Vision und Werte 2.10.1. Mission 2.10.2. Vision 2.10.3. Werte	2.11. Definition des Zielpatienten
2.12. Optimaler Standort meiner Klinik 2.12.1. Anlagenlayout	2.13. Optimale Personalstärke	2.14. Die Bedeutung eines Rekrutierungsmodells im Einklang mit der festgelegten Strategie	2.15. Schlüssel zur Festlegung der Preispolitik
2.16. Externe Finanzierung vs. Interne Finanzierung	2.17. Analyse der Strategie eines erfolgreichen Falles in einer Zahnklinik		

Modul 3. Einführung in das Marketing

<p>3.1. Die wichtigsten Grundlagen des Marketings</p> <p>3.1.1. Grundlegende Marketingvariablen 3.1.2. Entwicklung des Marketingkonzepts 3.1.3. Marketing als Tauschsystem</p>	<p>3.2. Neue Trends im Marketing</p> <p>3.2.1. Entwicklung und Zukunft des Marketings</p>	<p>3.3. Emotionale Intelligenz im Marketing</p> <p>3.3.1. Was ist emotionale Intelligenz? 3.3.2. Wie können Sie emotionale Intelligenz in Ihrer Marketingstrategie einsetzen</p>	<p>3.4. Soziales Marketing und soziale Verantwortung der Unternehmen</p>
<p>3.5. Internes Marketing</p> <p>3.5.1. Traditionelles Marketing (Marketing-Mix) 3.5.2. Empfehlungsmarketing 3.5.3. <i>Content Marketing</i></p>	<p>3.6. Externes Marketing</p> <p>3.6.1. Operatives Marketing 3.6.2. Strategisches Marketing</p>	<p>3.6.3. <i>Inbound Marketing</i> 3.6.4. E-Mail-Marketing 3.6.5. <i>Influencer Marketing</i></p>	<p>3.7. Internes Marketing vs. Externes Marketing</p>
<p>3.8. Techniken zur Patientenbindung</p> <p>3.8.1. Die Bedeutung der Patientenbindung 3.8.2. Digitale Tools für die Patientenbindung</p>			

Modul 4. Marketing 2.0

<p>4.1. Die Bedeutung von <i>Branding</i> für die Differenzierung</p> <p>4.1.1. Visuelle Identität 4.1.2. Die Phasen des <i>Branding</i> 4.1.3. <i>Branding</i> als Differenzierungsstrategie 4.1.4. <i>Jung's</i> Archetypen, um Ihrer Marke Persönlichkeit zu verleihen</p>	<p>4.2. Die Website und der <i>Corporate Blog</i> der Zahnklinik</p> <p>4.2.1. Die Schlüssel zu einer effektiven und funktionalen Website 4.2.2. Wahl des Tonfalls der Kommunikationskanäle 4.2.3. Vorteile eines <i>Corporate Blogs</i></p>	<p>4.3. Effektive Nutzung der sozialen Medien</p> <p>4.3.1. Die Bedeutung einer Strategie für soziale Medien 4.3.2. Automatisierungstools für soziale Medien</p>	<p>4.4. Verwendung von <i>Instant Messaging</i></p> <p>4.4.1. Die Bedeutung der direkten Kommunikation mit Ihren Patienten 4.4.2. Kanal für personalisierte Werbeaktionen oder Massennachrichten</p>
<p>4.5. Die Bedeutung des transmedialen Geschichtenerzählens in der Kommunikation 2.0</p>	<p>4.6. Wie erstellt man Datenbanken durch Kommunikation</p>	<p>4.7. <i>Google Analytics</i> zur Messung der Wirkung Ihrer 2.0-Kommunikation</p>	<p>4.8. Analyse der Situation</p> <p>4.8.1. Analyse der externen Situation 4.8.2. Analyse der internen Situation</p>
<p>4.9. Festlegung der Ziele</p> <p>4.9.1. Wichtige Punkte bei der Zielsetzung</p>	<p>4.10. Wahl der Strategien</p> <p>4.10.1. Arten von Strategien</p>	<p>4.11. Aktionsplan</p>	<p>4.12. Budgets</p> <p>4.12.1. Zuweisung von Finanzmitteln 4.12.2. Leistungsprognose</p>
<p>4.13. Methoden zur Kontrolle und Überwachung</p>			

Modul 5. Der Wert des Humankapitals

5.1. Einführung in das Personalmanagement

5.2. Unternehmenskultur und Arbeitsklima

5.3. Das Team

- 5.3.1. Das zahnärztliche Team
- 5.3.2. Das Helfsteam
- 5.3.3. Verwaltung und Management

5.4. Organigramm in unserer Zahnarztpraxis

- 5.4.1. Organigramm der Klinik: Hierarchie
- 5.4.2. Beschreibung der Abteilungen im Organigramm
- 5.4.3. Stellenbeschreibungen für jede Abteilung
- 5.4.4. Zuweisung von Aufgaben für jeden Posten
- 5.4.5. Koordinierung der Abteilungen

5.5. Einführung in das Arbeits- und Personalmanagement

5.6. Strategien für die Einbindung von Humankapital

- 5.6.1. Strategie der Personalauswahl
- 5.6.2. Anwerbungsstrategie

5.7. Vergütungspolitik

- 5.7.1. Feste Vergütung
- 5.7.2. Variable Vergütung

5.8. Strategie zur Bindung von Talenten

- 5.8.1. Was bedeutet Talentbindung
- 5.8.2. Vorteile der Bindung von Talenten in einer Zahnklinik
- 5.8.3. Wege zur Bindung von Talenten

5.9. Strategie zur Verwaltung der Abwesenheit

- 5.9.1. Die Bedeutung der Abwesenheitsplanung
- 5.9.2. Wege zur Verwaltung der Arbeitsausfälle in einer Zahnklinik

5.10. Das Arbeitsverhältnis

- 5.10.1. Der Arbeitsvertrag
- 5.10.2. Arbeitszeit

5.11. Modalitäten der Einstellung

- 5.11.1. Arten und Modalitäten von Arbeitsverträgen
- 5.11.2. Wesentliche Änderungen des Arbeitsvertrags
- 5.11.3. Ineffizienz, Aussetzung und Beendigung des Arbeitsvertrags

5.12. Verwaltung der Gehaltsabrechnung

- 5.12.1. Verwalter: der intelligente Verbündete des Zahnarztes
- 5.12.2. Sozialversicherungsbeiträge
- 5.12.3. Einbehaltung der persönlichen Einkommensteuer

Modul 6. Teammanagement

6.1. Was ist persönliche Führung?	6.2. Die Bedeutung der Anwendung der 33%-Regel	6.3. Vorteile der Einführung einer Führungskultur in der Zahnklinik	6.4. Welche Art von Führung ist für die Leitung Ihrer Zahnklinik am besten geeignet? 6.4.1. Autokratische Führung 6.4.2. Führen durch Zielsetzung 6.4.3. Wertebasierte Führung
6.5. Persönliche Führungsqualitäten 6.5.1. Strategisches Denken 6.5.2. Die Bedeutung der Vision der Führungspersönlichkeit 6.5.3. Wie kann ich eine gesunde selbstkritische Haltung entwickeln	6.6. Zwischenmenschliche Führungsqualitäten 6.6.1. Selbstbewusste Kommunikation 6.6.2. Die Fähigkeit zu delegieren 6.6.3. Feedback geben und empfangen	6.7. Emotionale Intelligenz in der Konfliktlösung 6.7.1. Die grundlegenden Emotionen für die Aktion erkennen 6.7.2. Die Bedeutung des aktiven Zuhörens	6.7.3. Einfühlungsvermögen als persönliche Schlüsselqualifikation 6.7.4. Wie man emotionale Entführung erkennt 6.7.5. Wie erreicht man „Win-Win“-Vereinbarungen?
6.8. Die Vorteile der Technik der Organisationsaufstellung	6.9. Motivierende Techniken zur Bindung von Talenten 6.9.1. Die Anerkennung 6.9.2. Zuweisung von Verantwortlichkeiten 6.9.3. Betriebliche Gesundheitsförderung 6.9.4. Anreize bieten	6.10. Die Bedeutung der Leistungsbeurteilung	

Modul 7. Qualitäts- und Zeitmanagement in der Zahnklinik

7.1. Qualität bei den angebotenen Behandlungen 7.1.1. Definition von Qualität in der Zahnmedizin 7.1.2. Standardisierung der Prozesse in der Zahnklinik	7.2. Grundsätze des Qualitätsmanagements 7.2.1. Was ist ein Qualitätsmanagementsystem? 7.2.2. Vorteile für die Organisation	7.3. Qualität der Aufgabenerfüllung 7.3.1. Protokolle: Definition 7.3.2. Protokolle: Ziele ihrer Umsetzung 7.3.3. Protokolle: Vorteile ihrer Umsetzung 7.3.4. Praktisches Beispiel: Protokoll des ersten Besuchs	7.4. Tools für die Überwachung und Überprüfung von Protokollen
7.5. Kontinuierliche Verbesserung in Zahnkliniken 7.5.1. Was ist kontinuierliche Verbesserung? 7.5.2. Phase 1: Beratung 7.5.3. Phase 2: Lernen 7.5.4. Phase 3: Nachfolge	7.6. Qualität in der Patientenzufriedenheit 7.6.1. Zufriedenheitsumfragen 7.6.2. Durchführung der Zufriedenheitsumfrage 7.6.3. Berichte zur Verbesserung	7.7. Praktische Fälle von Qualität in der Zahnklinik 7.7.1. Fallstudie 1: Protokoll für das Notfallmanagement 7.7.2. Fallstudie 2: Vorbereitung einer Zufriedenheitsumfrage	7.8. Management von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz in einer Zahnklinik 7.8.1. Die Bedeutung der Definition der Hauptaufgaben in der Zahnklinik 7.8.2. Produktivitätsmethode „eine Aufgabe, ein Verantwortlicher“ 7.8.3. Digitale Aufgabenmanager
7.9. Standardisierung der Zeit bei zahnärztlichen Behandlungen 7.9.1. Die Bedeutung der Erfassung von Zeitdaten 7.9.2. Wie man die Zeitstandardisierung dokumentiert	7.10. Forschungsmethodik zur Optimierung von Qualitätsprozessen	7.11. Beschreibung des Qualitätsmanagementmodells für zahnärztliche Dienstleistungen	7.12. Die Gesundheitsprüfung: Phasen

Modul 8. Einkauf und Lagerverwaltung

8.1. Die Bedeutung einer guten Einkaufsplanung	8.2. Verantwortlichkeiten der Einkaufsfunktion in einer Zahnklinik	8.3. Effiziente Lagerverwaltung 8.3.1. Lagerhaltungskosten 8.3.2. Sicherheitsinventar 8.3.3. Register für Materialeingabe und -ausgabe	8.4. Etappen des Beschaffungsprozesses 8.4.1. Nach Informationen suchen und Alternativen erwägen 8.4.2. Bewertung und Entscheidungsfindung 8.4.3. Nachbereitung und Überwachung
8.5. Wege zur Implementierung von Konten und Kontenverwaltung 8.5.1. Die Art der Bestellung an unsere Bedürfnisse anpassen 8.5.2. Risikomanagement	8.6. Beziehung zum Lieferanten 8.6.1. Arten von Beziehungen 8.6.2. Zahlungspolitik	8.7. Verhandlung im Einkauf 8.7.1. Erforderliche Kenntnisse und Fähigkeiten 8.7.2. Etappen des Verhandlungsprozesses 8.7.3. Tipps für eine erfolgreiche Verhandlung	8.8. Qualität im Einkauf 8.8.1. Vorteile für die Klinik als Ganzes 8.8.2. Messparameter
8.9. Effizienz-Indikatoren	8.10. Neue Trends im Einkaufsmanagement		

Modul 9. Kosten und Finanzen für Zahnkliniken

9.1. Grundlegende Prinzipien der Wirtschaft	9.2. Die Bilanz 9.2.1. Zusammensetzung der Bilanz 9.2.2. Vermögenswerte 9.2.3. Verbindlichkeiten 9.2.4. Nettovermögen 9.2.5. Interpretation von Bilanzen	9.3. Die Gewinn- und Verlustrechnung 9.3.1. Zusammensetzung der Gewinn- und Verlustrechnung 9.3.2. Interpretation der Gewinn- und Verlustrechnung	9.4. Einführung in die Kostenrechnung
9.5. Vorteile der Anwendung	9.6. Fixkosten in der Zahnklinik 9.6.1. Definition der Fixkosten 9.6.2. Fixkosten einer typischen Zahnklinik 9.6.3. Kosten/Stunde des Praktikers	9.7. Variable Kosten in der Zahnklinik 9.7.1. Definition der variablen Kosten 9.7.2. Variable Kosten einer typischen Zahnklinik	9.8. Kosten/Stunde in einer Zahnklinik
9.9. Behandlungskosten	9.10. Nutzen der Behandlung	9.11. Strategie zum Pricing	9.12. Einführung
9.13. Rechnungen und andere Zahlungsdokumente 9.13.1. Die Rechnung: Bedeutung und Mindestinhalt 9.13.2. Andere Zahlungsdokumente	9.14. Inkasso und Zahlungsmanagement 9.14.1. Administrative Organisation 9.14.2. Die Verwaltung von Einnahmen und Zahlungen 9.14.3. Das Budget der Kasse 9.14.4. ABC-Patientenanalyse	9.14.5. Uneinbringliche Forderungen 9.15. Modalitäten der externen Finanzierung 9.15.1. Bankfinanzierung 9.15.2. Leasing (Finanzierungsleasing)	9.15.3. Unterschiede zwischen Leasing und Renting 9.15.4. Abzug von bargeldlosen Zahlungsmitteln
9.16. Liquiditätsanalyse für Ihre Klinik	9.17. Analyse der Rentabilität Ihrer Klinik	9.18. Analyse der Verschuldung	

Modul 10. Zahnärztliche Ethik

10.1. Grundlegende Konzepte

- 10.1.1. Definition und Ziele
- 10.1.2. Umfang der Anwendung
- 10.1.3. Klinischer Akt
- 10.1.4. Der Zahnarzt

10.2. Allgemeine Grundsätze

- 10.2.1. Grundsatz der Gleichheit der Patienten
- 10.2.2. Vorrang der Interessen des Patienten
- 10.2.3. Berufliche Pflichten des Zahnarztes

10.3. Pflege von Patienten

- 10.3.1. Der Umgang mit dem Patienten
- 10.3.2. Der minderjährige Patient
- 10.3.3. Freiheit bei der Wahl des Arztes
- 10.3.4. Freiheit der Annahme und Ablehnung von Patienten

10.4. Die Krankenakte

10.6. Berufsgeheimnis

- 10.6.1. Konzept und Inhalt
- 10.6.2. Ausmaß der Verpflichtung
- 10.6.3. Ausnahmen vom Berufsgeheimnis
- 10.6.4. Computer-Dateien

10.7. Werbung

- 10.7.1. Grundvoraussetzungen für professionelle Werbung
- 10.7.2. Erwähnung von Titeln

- 10.7.3. Professionelle Werbung
- 10.7.4. Aktionen mit möglicher Öffentlichkeitswirkung

Modul 11. Führung, Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

11.1. Globalisierung und Governance

- 11.1.1. Governance und Corporate Governance
- 11.1.2. Grundlagen der Corporate Governance in Unternehmen
- 11.1.3. Die Rolle des Verwaltungsrats im Rahmen der Corporate Governance

11.2. Führung

- 11.2.1. Führung. Ein konzeptioneller Ansatz
- 11.2.2. Führung in Unternehmen
- 11.2.3. Die Bedeutung der Führungskraft im Management

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Konzept des *Cross Cultural Management*
- 11.3.2. Beiträge zum Wissen über Nationalkulturen
- 11.3.3. Diversitätsmanagement

11.4. Managemententwicklung und Führung

- 11.4.1. Konzept der Managemententwicklung
- 11.4.2. Konzept der Führung
- 11.4.3. Theorien der Führung

- 11.4.4. Führungsstile
- 11.4.5. Intelligenz in der Führung
- 11.4.6. Die Herausforderungen der Führung heute

11.5. Wirtschaftsethik

- 11.5.1. Ethik und Moral
- 11.5.2. Wirtschaftsethik
- 11.5.3. Führung und Ethik in Unternehmen

11.6. Nachhaltigkeit

- 11.6.1. Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Nachhaltige Unternehmen

11.7. Soziale Verantwortung des Unternehmens

- 11.7.1. Die internationale Dimension der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.2. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen
- 11.7.3. Auswirkungen und Messung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

11.8. Verantwortungsvolle Management-Systeme und -Tools

- 11.8.1. CSR: Soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.8.2. Wesentliche Aspekte für die Umsetzung einer verantwortungsvollen Managementstrategie
- 11.8.3. Schritte zur Umsetzung eines Managementsystems für die soziale Verantwortung von Unternehmen
- 11.8.4. CSR-Instrumente und -Standards

11.9. Multinationale Unternehmen und Menschenrechte

- 11.9.1. Globalisierung, multinationale Unternehmen und Menschenrechte
- 11.9.2. Multinationale Unternehmen und internationales Recht
- 11.9.3. Rechtsinstrumente für multinationale Unternehmen in der Menschenrechtsgesetzgebung

11.10. Rechtliches Umfeld und Corporate Governance

- 11.10.1. Internationale Einfuhr- und Ausfuhrnormen
- 11.10.2. Geistiges und gewerbliches Eigentum
- 11.10.3. Internationales Arbeitsrecht

Modul 12. Personal- und Talentmanagement

12.1. Strategisches Management von Menschen

- 12.1.1. Strategisches Management und Humanressourcen
- 12.1.2. Strategisches Management von Menschen

12.2. Kompetenzbasiertes HR-Management

- 12.2.1. Analyse des Potenzials
- 12.2.2. Vergütungspolitik
- 12.2.3. Karriere-/Nachfolge-Pläne

12.3. Leistungsbewertung und Leistungsmanagement

- 12.3.1. Leistungsmanagement
- 12.3.2. Leistungsmanagement: Ziel und Prozesse

12.4. Innovation im Talent- und Personalmanagement

- 12.4.1. Modelle für strategisches Talentmanagement
- 12.4.2. Identifizierung, Schulung und Entwicklung von Talenten
- 12.4.3. Loyalität und Bindung
- 12.4.4. Proaktivität und Innovation

12.5. Motivation

- 12.5.1. Die Natur der Motivation
- 12.5.2. Erwartungstheorie
- 12.5.3. Theorien der Bedürfnisse
- 12.5.4. Motivation und finanzieller Ausgleich

12.6. Entwicklung von Hochleistungsteams

- 12.6.1. Hochleistungsteams: selbstverwaltete Teams
- 12.6.2. Methoden für das Management selbstverwalteter Hochleistungsteams

12.7. Änderungsmanagement

- 12.7.1. Änderungsmanagement
- 12.7.2. Art der Prozesse des Änderungsmanagements
- 12.7.3. Etappen oder Phasen im Änderungsmanagement

12.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 12.8.1. Verhandlung
- 12.8.2. Management von Konflikten
- 12.8.3. Krisenmanagement

12.9. Kommunikation der Führungskräfte

- 12.9.1. Interne und externe Kommunikation in der Geschäftswelt
- 12.9.2. Abteilungen für Kommunikation
- 12.9.3. Der Verantwortliche für die Kommunikation des Unternehmens. Das Profil des Dircom

12.10. Produktivität, Attraktivität, Bindung und Aktivierung von Talenten

- 12.10.1. Produktivität
- 12.10.2. Anziehung und Bindung von Talenten

Modul 13. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

13.1. Wirtschaftliches Umfeld

- 13.1.1. Makroökonomisches Umfeld und das nationale Finanzsystem
- 13.1.2. Finanzinstitutionen
- 13.1.3. Finanzmärkte
- 13.1.4. Finanzielle Vermögenswerte
- 13.1.5. Andere Einrichtungen des Finanzsektors

13.2. Buchhaltung

- 13.2.1. Grundlegende Konzepte
- 13.2.2. Die Vermögenswerte des Unternehmens
- 13.2.3. Die Verbindlichkeiten des Unternehmens
- 13.2.4. Das Nettovermögen des Unternehmens
- 13.2.5. Die Gewinn- und Verlustrechnung

13.3. Informationssysteme und *Business Intelligence*

- 13.3.1. Grundlagen und Klassifizierung
- 13.3.2. Phasen und Methoden der Kostenzuweisung
- 13.3.3. Wahl der Kostenstelle und Auswirkung

13.4. Haushalts- und Verwaltungskontrolle

- 13.4.1. Das Haushaltsmodell
- 13.4.2. Das Kapitalbudget
- 13.4.3. Das Betriebsbudget
- 13.4.5. Cash-Budget
- 13.4.6. Haushaltsüberwachung

13.5. Finanzmanagement

- 13.5.1. Die finanziellen Entscheidungen des Unternehmens
- 13.5.2. Die Finanzabteilung
- 13.5.3. Bargeldüberschüsse

13.5.4. Mit der Finanzverwaltung verbundene Risiken

- 13.5.5. Risikomanagement der Finanzverwaltung

13.6. Finanzielle Planung

- 13.6.1. Definition der Finanzplanung
- 13.6.2. Zu ergreifende Maßnahmen bei der Finanzplanung

13.6.3. Erstellung und Festlegung der Unternehmensstrategie

- 13.6.4. Die *Cash-Flow*-Tabelle
- 13.6.5. Die Tabelle des Betriebskapitals

13.7. Finanzielle Unternehmensstrategie

- 13.7.1. Unternehmensstrategie und Finanzierungsquellen
- 13.7.2. Produkte zur Unternehmensfinanzierung

13.8. Strategische Finanzierungen

- 13.8.1. Selbstfinanzierung
- 13.8.2. Erhöhung der Eigenmittel
- 13.8.3. Hybride Ressourcen
- 13.8.4. Finanzierung durch Intermediäre

13.9. Finanzanalyse und -planung

- 13.9.1. Analyse der Bilanz
- 13.9.2. Analyse der Gewinn- und Verlustrechnung
- 13.9.3. Analyse der Rentabilität

13.10. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen

- 13.10.1. Finanzinformationen über Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Modul 14. Geschäftsleitung

14.1. General Management

- 14.1.1. Konzept des General Management
- 14.1.2. Die Tätigkeit des Generaldirektors
- 14.1.3. Der Generaldirektor und seine Aufgaben
- 14.1.4. Transformation der Arbeit der Direktion

14.2. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze

- 14.2.1. Der Manager und seine Aufgaben. Organisationskultur und Ansätze

14.3. Operations Management

- 14.3.1. Bedeutung des Managements
- 14.3.2. Die Wertschöpfungskette
- 14.3.3. Qualitätsmanagement

14.4. Rhetorik und Schulung von Pressesprechern

- 14.4.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 14.4.2. Kommunikationsfähigkeit und Einflussnahme
- 14.4.3. Kommunikationsbarrieren

14.5. Persönliche und organisatorische Kommunikationsmittel

- 14.5.1. Zwischenmenschliche Kommunikation
- 14.5.2. Instrumente der zwischenmenschlichen Kommunikation
- 14.5.3. Kommunikation in der Organisation
- 14.5.4. Werkzeuge in der Organisation

14.6. Krisenkommunikation

- 14.6.1. Krise
- 14.6.2. Phasen der Krise
- 14.6.3. Nachrichten: Inhalt und Momente

14.7. Einen Krisenplan vorbereiten

- 14.7.1. Analyse der potenziellen Probleme
- 14.7.2. Planung
- 14.7.3. Angemessenheit des Personals

14.8. *Personal Branding*

- 14.8.1. Strategien für den Aufbau einer persönlichen Marke
- 14.8.2. Regeln des Personal Branding
- 14.8.3. Instrumente zum Aufbau einer persönlichen Marke

14.9. Führungsrolle und Teammanagement

- 14.9.1. Leadership und Führungsstile
- 14.9.2. Führungsqualitäten und Herausforderungen

14.9.3. Management von Veränderungsprozessen

- 14.9.4. Leitung multikultureller Teams

07

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



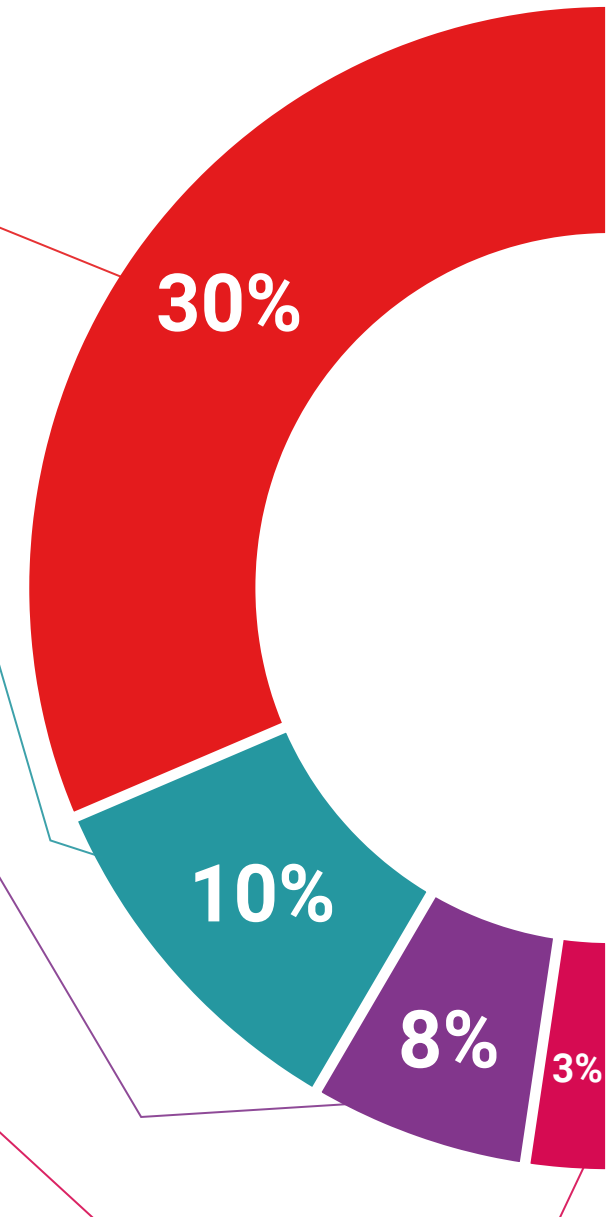
Übungen zu Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



08

Profil unserer Studenten

Der MBA in Management von Zahnkliniken ist ein Programm, das sich an Geschäftsleute richtet, die auf die Arbeit in Zahnkliniken spezialisiert sind und ihr Wissen aktualisieren und ihre berufliche Laufbahn vorantreiben möchten. Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.



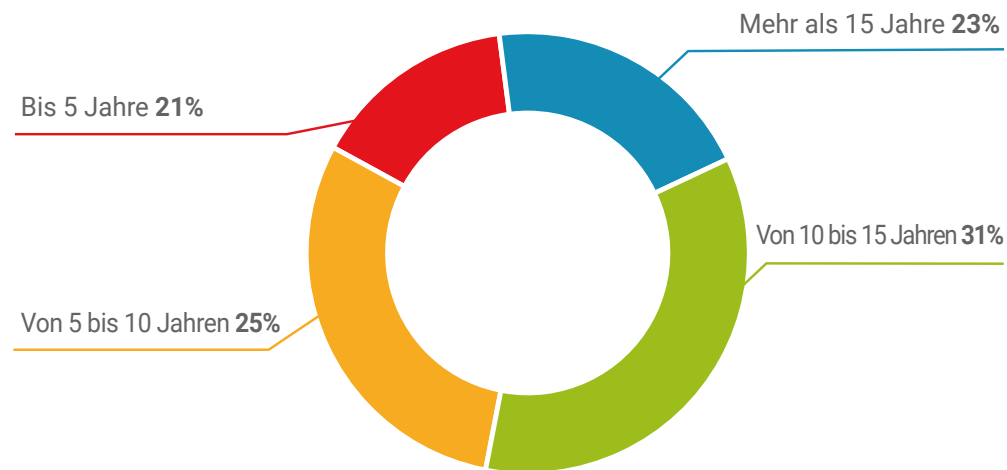
“

*Unser Programm gibt Ihnen das Rüstzeug,
um erfolgreich im Management einer
Zahnklinik arbeiten zu können"*

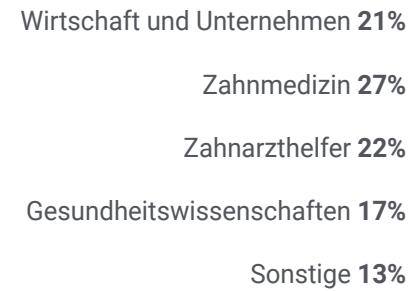
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

Jahre der Erfahrung



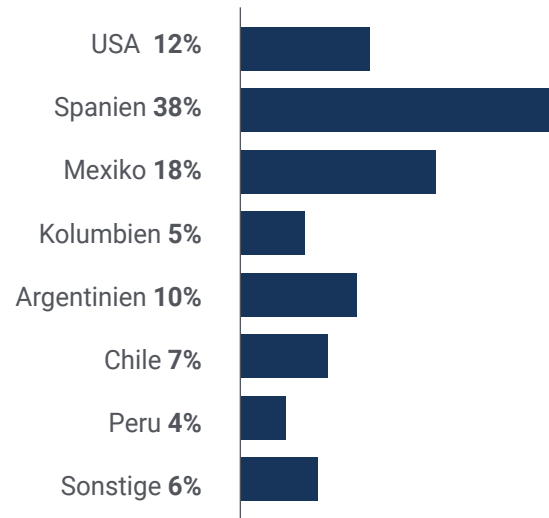
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Mónica Mendoza

Direktorin einer Zahnklinik

"Dank dieses Programms konnte ich mir das spezifische Wissen aneignen, das ich benötigte, um Zahnkliniken effizient zu leiten. Die Qualität der Inhalte und des Lehrpersonals waren für mich entscheidend, um das Programm erfolgreich abzuschließen, und die innovative Methodik hat es mir ermöglicht, auf einfache Weise zu lernen"

09

Kursleitung

Zu den Lehrkräften des Programms gehören führende Experten für das Management von Zahnkliniken, die ihre langjährige Erfahrung in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Spezialisten aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die den MBA auf interdisziplinäre Art und Weise vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr nahrhaften Erfahrung auf akademischer Ebene für den Studenten machen.



“

*Bei TECH haben wir das am meisten
spezialisierte Dozententeam auf dem Markt“*

Internationaler Gastdirektor

Chyree Heirs-Alexandre ist eine Spezialistin für das **Management des öffentlichen Gesundheitswesens** mit umfassender Erfahrung in der Leitung von Arztpraxen. Als Direktorin des **Worcester Family Medical Center** in den Vereinigten Staaten hat sie sich für die Verbesserung der Gesundheit und des Wohlbefindens der Einwohner von Worcester eingesetzt. Insbesondere hat sie kulturell vielfältigen Bevölkerungsgruppen ihre Hilfe angeboten, indem sie ihnen Zugang zu **sozialen Diensten** und **Primärversorgung** verschafft hat. Ihr Ziel ist es, eine erschwingliche, hochwertige und umfassende Versorgung zu gewährleisten, unabhängig von der Zahlungsfähigkeit der Patienten.

Durch ihr kontinuierliches Engagement im Bereich der **öffentlichen Gesundheit** setzt sie sich dafür ein, dass Gesundheitsdienste und -politiken auf die Gewährleistung von Wohlbefinden und Lebensqualität ausgerichtet sein sollten. In diesem Sinne war sie **stellvertretende Leiterin des Praxismanagements** im **Brockton Neighbourhood Health Centre**. In dieser Position vertiefte sie ihre Fähigkeiten in der Koordinierung der Aktivitäten, die in medizinischen Zentren stattfinden.

Als Spezialistin in diesem Bereich ist Heirs-Alexandre bestrebt, eine effiziente Verwaltung des Gesundheitswesens zu gewährleisten, die auf den neuesten organisatorischen Instrumenten und Strategien basiert. In dieser Hinsicht hat sie in einer Vielzahl von Bereichen gearbeitet, um die **Gesundheit zu fördern** und **Krankheiten in den Gemeinden vorzubeugen**. In diesem Sinne beteiligte sie sich im Jahr 2020 an den Impfbemühungen während der COVID-19-Pandemie und stellte sicher, dass alle Menschen Zugang zu einer Impfung gegen diese Krankheit hatten.

Einige ihrer Hauptaufgaben waren die Mitarbeit an Programmen zur **Krankheitsvorbeugung** und die **Förderung gesunder Lebensgewohnheiten**, um nur einige zu nennen. Chyree Heirs-Alexandre ist **Associate Director und Chief Operating Officer** an der Harvard Dental School. In dieser Position ist sie für das Management der täglichen Aktivitäten und des Hilfspersonals des Zentrums verantwortlich.



Fr. Heirs-Alexandre, Chyree

- Chief Operating Officer der Harvard Dental School, Boston, USA
- Gründerin des Unternehmens Orchids in Bloom Credentialing
- Direktorin des klinischen Betriebs im Family Health Center in Worcester
- Stellvertretende Direktorin für Praxismanagement im Brockton Neighborhood Health Center
- Koordinatorin für Akkreditierung bei Stamford Health
- Spezialistin für Akkreditierung bei NextGen Healthcare
- Koordinatorin für das Gesundheitswesen bei Vein Restoration Center-Corporate Medical Industry
- Klinische Assistentin im Stamford Hospital
- Masterstudiengang in Öffentlicher Gesundheit von der Southern New Hampshire University
- Hochschulabschluss in Gesundheitsverwaltung vom Charter Oak State College

“

Dank TECH werden Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen können"

Internationaler Gastdirektor

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Gestaltung und Leitung globaler **Talentakquisitionsteams** ist Jennifer Dove eine Expertin für **Personalbeschaffung** und **Strategie** im Technologiebereich. Im Laufe ihrer Karriere hatte sie leitende Positionen in verschiedenen Technologieorganisationen von **Fortune-50-Unternehmen** inne, darunter **NBC Universal** und **Comcast**. Ihre Erfolgsbilanz hat es ihr ermöglicht, sich in wettbewerbsintensiven, wachstumsstarken Umgebungen auszuzeichnen.

Als **Vizepräsidentin für Talentakquise** bei **Mastercard** ist sie für die Überwachung der Strategie und Durchführung des Talent Onboarding verantwortlich und arbeitet mit Geschäftsführern und **Personalleitern** zusammen, um operative und strategische Einstellungsziele zu erreichen. Ihr Ziel ist es insbesondere, **vielfältige, integrative und leistungsstarke Teams** aufzubauen, die die Innovation und das Wachstum der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens vorantreiben. Darüber hinaus ist sie Expertin für den Einsatz von Instrumenten zur Gewinnung und Bindung der besten Mitarbeiter aus aller Welt. Zudem ist sie für die **Stärkung der Arbeitgebermarke** und des Wertversprechens von **Mastercard** durch Publikationen, Veranstaltungen und soziale Medien verantwortlich.

Jennifer Dove hat ihr Engagement für eine kontinuierliche berufliche Weiterentwicklung unter Beweis gestellt, indem sie sich aktiv an Netzwerken von **Personalfachleuten** beteiligt und zur Eingliederung zahlreicher Mitarbeiter in verschiedenen Unternehmen beigetragen hat. Nach ihrem Hochschulabschluss in **Organisationskommunikation** an der Universität von Miami hatte sie leitende Positionen im Recruiting bei Unternehmen in verschiedenen Bereichen inne.

Darüber hinaus wurde sie für ihre Fähigkeit anerkannt, organisatorische Umgestaltungen zu leiten, **Technologien in Einstellungsprozesse zu integrieren** und Führungsprogramme zu entwickeln, die Einrichtungen auf künftige Herausforderungen vorbereiten. Außerdem hat sie erfolgreich **Wellness-Programme** eingeführt, die die Zufriedenheit und Bindung der Mitarbeiter deutlich erhöht haben.



Fr. Dove, Jennifer

- Vizepräsidentin für Talentakquise bei Mastercard, New York, USA
- Direktorin für Talentakquise bei NBC Universal, New York, USA
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Comcast
- Leiterin der Personalbeschaffung bei Rite Hire Advisory
- Geschäftsführende Vizepräsidentin, Verkaufsabteilung bei Ardor NY Real Estate
- Direktorin für Personalbeschaffung bei Valerie August & Associates
- Kundenbetreuerin bei BNC
- Kundenbetreuerin bei Vault
- Hochschulabschluss in Organisationskommunikation an der Universität von Miami

“

TECH verfügt über eine angesehene und spezialisierte Gruppe von internationalen Gastdirektoren, die wichtige Führungspositionen in den innovativsten Unternehmen auf dem Weltmarkt innehaben"

Internationaler Gastdirektor

Rick Gauthier ist eine Führungspersönlichkeit im Technologiebereich mit jahrzehntelanger Erfahrung in **führenden multinationalen Technologieunternehmen**. Er hat sich auf dem Gebiet der **Cloud-Services** und der Verbesserung von End-to-End-Prozessen profiliert. Er gilt als äußerst effektiver Teamleiter und Manager, der ein natürliches Talent dafür hat, ein hohes Maß an Engagement bei seinen Mitarbeitern sicherzustellen.

Er ist ein Naturtalent in Sachen Strategie und Innovation in der Geschäftsführung, entwickelt neue Ideen und untermauert seinen Erfolg mit hochwertigen Daten. Seine Erfahrung bei **Amazon** hat es ihm ermöglicht, die IT-Dienste des Unternehmens in den USA zu verwalten und zu integrieren. Bei **Microsoft** leitete er ein Team von 104 Mitarbeitern, das für die Bereitstellung der unternehmensweiten IT-Infrastruktur und die Unterstützung der Produktentwicklungsabteilungen im gesamten Unternehmen verantwortlich war.

Diese Erfahrung hat ihn zu einem herausragenden Manager mit bemerkenswerten Fähigkeiten zur Steigerung der Effizienz, Produktivität und allgemeinen Kundenzufriedenheit gemacht.



Hr. Gauthier, Rick

- Regionaler IT-Manager - Amazon, Seattle, Vereinigte Staaten
- Senior Programm-Manager bei Amazon
- Vizepräsident bei Wimmer Solutions
- Senior Manager für technische Produktivitätsdienste bei Microsoft
- Hochschulabschluss in Cybersicherheit von der Western Governors University
- Technisches Zertifikat in *Commercial Diving* von Divers Institute of Technology
- Hochschulabschluss in Umweltstudien vom The Evergreen State College

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“

Internationaler Gastdirektor

Romi Arman ist ein renommierter internationaler Experte mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung in den Bereichen **digitale Transformation, Marketing, Strategie und Beratung**. Im Laufe seiner langen Karriere hat er viele Risiken auf sich genommen und ist ein ständiger **Verfechter** von **Innovation** und **Wandel** im Geschäftsumfeld. Mit dieser Expertise hat er mit CEOs und Unternehmensorganisationen auf der ganzen Welt zusammengearbeitet und sie dazu gebracht, sich von traditionellen Geschäftsmodellen zu lösen. Auf diese Weise hat er Unternehmen wie Shell Energy geholfen, **echte Marktführer** zu werden, die sich auf ihre **Kunden** und die **digitale Welt** konzentrieren.

Die von Arman entwickelten Strategien haben eine latente Wirkung, denn sie haben es mehreren Unternehmen ermöglicht, die **Erfahrungen von Verbrauchern, Mitarbeitern und Aktionären gleichermaßen zu verbessern**. Der Erfolg dieses Experten ist durch greifbare Kennzahlen wie **CSAT, Mitarbeiterengagement** in den Institutionen, für die er tätig war, und das Wachstum des Finanzindikators **EBITDA** in jeder von ihnen messbar.

Außerdem hat er in seiner beruflichen Laufbahn **Hochleistungsteams aufgebaut und geleitet**, die sogar für ihr **Transformationspotenzial** ausgezeichnet wurden. Speziell bei Shell hat er sich stets bemüht, drei Herausforderungen zu meistern: die komplexen **Anforderungen** der Kunden an die **Dekarbonisierung** zu erfüllen, eine „**kosteneffiziente Dekarbonisierung**“ zu unterstützen und eine fragmentierte **Daten-, Digital- und Technologielandschaft zu überarbeiten**. So haben seine Bemühungen gezeigt, dass es für einen nachhaltigen Erfolg unerlässlich ist, von den Bedürfnissen der Verbraucher auszugehen und die Grundlagen für die Transformation von Prozessen, Daten, Technologie und Kultur zu schaffen.

Andererseits zeichnet sich der Manager durch seine Beherrschung der **geschäftlichen Anwendungen von Künstlicher Intelligenz** aus, ein Fach, in dem er einen Aufbaustudiengang an der London Business School absolviert hat. Gleichzeitig hat er Erfahrungen im Bereich **IoT** und **Salesforce** gesammelt.



Hr. Arman, Romi

- Direktor für digitale Transformation (CDO) bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Globaler Leiter für eCommerce und Kundenservice bei der Shell Energy Corporation, London, UK
- Nationaler Key Account Manager (Automobilhersteller und Einzelhandel) bei Shell in Kuala Lumpur, Malaysia
- Senior Management Consultant (Finanzdienstleistungssektor) für Accenture mit Sitz in Singapur
- Hochschulabschluss an der Universität von Leeds
- Aufbaustudiengang in Geschäftsanwendungen der KI für leitende Angestellte an der London Business School
- Zertifizierung zum CCXP Customer Experience Professional
- Kurs in Digitale Transformation für Führungskräfte von IMD

“

Möchten Sie Ihr Wissen mit höchster pädagogischer Qualität aktualisieren? TECH bietet Ihnen die aktuellsten Inhalte auf dem akademischen Markt, die von authentischen Experten von internationalem Prestige entwickelt wurden"

Internationaler Gastdirektor

Manuel Arens ist ein erfahrener Experte für Datenmanagement und Leiter eines hochqualifizierten Teams. Arens ist globaler Einkaufsleiter in der Abteilung für technische Infrastruktur und Rechenzentren von Google, wo er den größten Teil seiner Karriere verbracht hat. Von Mountain View, Kalifornien, aus hat er Lösungen für die operativen Herausforderungen des Tech-Giganten erarbeitet, wie beispielsweise die **Integrität von Stammdaten**, die **Aktualisierung von Lieferantendaten** und die **Priorisierung von Lieferanten**. Er hat die Planung der Lieferkette von Rechenzentren und die Risikobewertung von Lieferanten geleitet und dabei Prozessverbesserungen und ein Workflow-Management geschaffen, die zu erheblichen Kosteneinsparungen geführt haben.

Mit mehr als einem Jahrzehnt Erfahrung in der Bereitstellung digitaler Lösungen und der Führung von Unternehmen in verschiedenen Branchen verfügt er über umfassende Erfahrung in allen Aspekten der Bereitstellung strategischer Lösungen, einschließlich **Marketing, Medienanalyse, Messung und Attribution**. Für seine Arbeit hat er mehrere Auszeichnungen erhalten, darunter den **BIM Leadership Preis**, den **Search Leadership Preis**, den **Preis für das Programm zur Leadgenerierung im Export** und den **Preis für das beste Vertriebsmodell von EMEA**.

Arens war auch als **Vertriebsleiter** in Dublin, Irland, tätig. In dieser Funktion baute er innerhalb von drei Jahren ein Team von 4 auf 14 Mitarbeiter auf und führte das Vertriebsteam so, dass es Ergebnisse erzielte und gut miteinander und mit funktionsübergreifenden Teams zusammenarbeitete. Außerdem war er als **Senior Industrieanalyst** in Hamburg tätig und erstellte Storylines für über 150 Kunden, wobei er interne und externe Tools zur Unterstützung der Analyse einsetzte. Er entwickelte und verfasste ausführliche Berichte, in denen er sein Fachwissen unter Beweis stellte, einschließlich des Verständnisses der **makroökonomischen und politischen/regulatorischen Faktoren**, die die Einführung und Verbreitung von Technologien beeinflussen.

Er hat auch Teams bei Unternehmen wie **Eaton, Airbus und Siemens** geleitet, wo er wertvolle Erfahrungen im Kunden- und Lieferkettenmanagement sammeln konnte. Er zeichnet sich besonders dadurch aus, dass er die Erwartungen immer wieder übertrifft, indem er wertvolle Kundenbeziehungen aufbaut und **nahtlos mit Menschen auf allen Ebenen eines Unternehmens** zusammenarbeitet, einschließlich Stakeholdern, Management, Teammitgliedern und Kunden. Sein datengesteuerter Ansatz und seine Fähigkeit, innovative und skalierbare Lösungen für die Herausforderungen der Branche zu entwickeln, haben ihn zu einer führenden Persönlichkeit in seinem Bereich gemacht.



Hr. Arens, Manuel

- Globaler Einkaufsleiter bei Google, Mountain View, USA
- Senior B2B Analytics and Technology Manager bei Google, USA
- Vertriebsleiter bei Google, Irland
- Senior Industrial Analyst bei Google, Deutschland
- Kundenbetreuer bei Google, Irland
- Accounts Payable bei Eaton, UK
- Lieferkettenmanager bei Airbus, Deutschland

“

Setzen Sie auf TECH! Sie werden Zugang zu den besten didaktischen Materialien haben, die auf dem neuesten Stand der Technik und der Bildung sind und von international anerkannten Spezialisten auf diesem Gebiet umgesetzt werden“

Internationaler Gastdirektor

Andrea La Sala ist ein erfahrener Marketingmanager, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss** auf die **Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising und Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren und konkrete, auf spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen** durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität** und seine **Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein **ausgeprägtes kommerzielles Bewusstsein, eine Marktvision** und eine **echte Leidenschaft** für die **Produkte**.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising** bei **Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien** für **Bekleidung und Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den **Einzelhandel** und die **Bedürfnisse und das Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des **Produktmarketings** in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation und Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein** oder der **Gruppe Coin** Projekte zur Förderung der **Struktur, Entwicklung und Vermarktung verschiedener Kollektionen** durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern** für **Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich. Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer** in der **Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe Managementkapazität, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung verschiedener Marken** und die Neudefinition ihrer **Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.



Hr. La Sala, Andrea

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani, Mailand, Italien
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A.
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Bei TECH erwarten Sie die qualifiziertesten und erfahrensten internationalen Fachleute, die Ihnen einen erstklassigen Unterricht bieten, der auf dem neuesten Stand der Wissenschaft ist und auf den neuesten Erkenntnissen beruht. Worauf warten Sie, um sich einzuschreiben?”

Internationaler Gastdirektor

Mick Gram ist international ein Synonym für Innovation und Exzellenz im Bereich der **Business Intelligence**. Seine erfolgreiche Karriere ist mit Führungspositionen in multinationalen Unternehmen wie **Walmart** und **Red Bull** verbunden. Er ist auch bekannt für seine Vision, **aufkommende Technologien zu identifizieren**, die langfristig einen nachhaltigen Einfluss auf das Unternehmensumfeld haben.

Andererseits gilt er als Pionier bei der **Verwendung von Datenvisualisierungstechniken**, die komplexe Datensätze vereinfachen, sie zugänglich machen und die Entscheidungsfindung erleichtern. Diese Fähigkeit wurde zur Säule seines beruflichen Profils und machte ihn zu einem begehrten Aktivposten für viele Organisationen, die auf das **Sammeln von Informationen und darauf basierende konkrete Maßnahmen** setzen.

Eines seiner herausragendsten Projekte der letzten Jahre war die **Plattform Walmart Data Cafe**, die größte ihrer Art weltweit, die in der Cloud für **Big Data-Analysen** verankert ist. Darüber hinaus war er als **Direktor für Business Intelligence** bei **Red Bull** tätig, wo er Bereiche wie **Verkauf, Vertrieb, Marketing und Lieferkettenoperationen** abdeckte. Sein Team wurde kürzlich für seine ständige Innovation bei der Nutzung der neuen API von Walmart Luminare für Shopper- und Channel-Insights ausgezeichnet.

Was die Ausbildung betrifft, so verfügt die Führungskraft über mehrere Master- und Aufbaustudiengänge an renommierten Zentren wie der **Universität von Berkeley** in den Vereinigten Staaten und der **Universität von Kopenhagen** in Dänemark. Durch diese ständige Weiterbildung hat der Experte modernste Kompetenzen erlangt. So gilt er als **geborener Anführer der neuen globalen Wirtschaft**, in deren Mittelpunkt das Streben nach Daten und ihren unendlichen Möglichkeiten steht.



Hr. Gram, Mick

- Direktor für *Business Intelligence* und Analytik bei Red Bull, Los Angeles, USA
- Architekt für *Business Intelligence*-Lösungen für Walmart Data Café
- Unabhängiger Berater für *Business Intelligence* und *Data Science*
- Direktor für *Business Intelligence* bei Capgemini
- Chefanalyst bei Nordea
- Senior Berater für *Business Intelligence* bei SAS
- Executive Education in KI und Machine Learning am UC Berkeley College of Engineering
- Executive MBA in E-Commerce an der Universität von Kopenhagen
- Hochschulabschluss und Masterstudiengang in Mathematik und Statistik an der Universität von Kopenhagen

“

Studieren Sie an der laut Forbes besten Online-Universität der Welt! In diesem MBA haben Sie Zugang zu einer umfangreichen Bibliothek mit Multimedia-Ressourcen, die von international renommierten Professoren entwickelt wurden"

Internationaler Gastdirektor

Scott Stevenson ist ein angesehener Experte für **digitales Marketing**, der seit über 19 Jahren für eines der mächtigsten Unternehmen der Unterhaltungsindustrie, **Warner Bros. Discovery**, tätig ist. In dieser Funktion war er maßgeblich an der **Überwachung der Logistik** und der **kreativen Arbeitsabläufe** auf mehreren digitalen Plattformen beteiligt, darunter soziale Medien, Suche, Display und lineare Medien.

Seine Führungsqualitäten haben entscheidend dazu beigetragen, die **Produktionsstrategien** für **bezahlte Medien** voranzutreiben, was zu einer deutlichen **Verbesserung der Konversionsraten** seines Unternehmens führte. Gleichzeitig hat er während seiner früheren Tätigkeit im Management desselben multinationalen Unternehmens andere Aufgaben übernommen, wie z. B. die des Marketingdirektors und des Verkehrsleiters.

Stevenson war auch am weltweiten Vertrieb von Videospielen und **digitalen Eigentumskampagnen** beteiligt. Außerdem war er für die Einführung operativer Strategien im Zusammenhang mit der Fortbildung, Fertigstellung und Lieferung von Ton- und Bildinhalten für **Fernsehwerbung und Trailer** verantwortlich.

Darüber hinaus hat er einen Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida und einen Masterstudiengang in Kreativem Schreiben von der Universität von Kalifornien absolviert, was seine Fähigkeiten in den Bereichen **Kommunikation** und **Storytelling** unter Beweis stellt. Außerdem hat er an der Fakultät für Berufliche Entwicklung der Universität Harvard an bahnbrechenden Programmen über den Einsatz von **Künstlicher Intelligenz** in der **Wirtschaft** teilgenommen. Sein berufliches Profil ist somit eines der wichtigsten im Bereich **Marketing** und **digitale Medien**.



Hr. Stevenson, Scott

- Direktor für Marketingdienste bei Warner Bros. Discovery, Burbank, USA
- Verkehrsleiter bei Warner Bros. Entertainment
- Masterstudiengang in Kreatives Schreiben von der Universität von Kalifornien
- Hochschulabschluss in Telekommunikation von der Universität von Florida

“

*Erreichen Sie Ihre akademischen und beruflichen Ziele mit den am besten qualifizierten Experten der Welt!
Die Dozenten dieses MBA werden Sie durch den gesamten Lernprozess begleiten"*

Internationaler Gastdirektor

Dr. Eric Nyquist ist ein führender internationaler Sportexperte, der auf eine beeindruckende Karriere zurückblicken kann. Er ist bekannt für seine **strategischen Führungsqualitäten** und seine Fähigkeit, Veränderungen und **Innovationen** in **hochrangigen Sportorganisationen** voranzutreiben.

Er hatte unter anderem leitende Positionen als **Direktor für Kommunikation und Einfluss** bei **NASCAR in Florida, USA**, inne. Mit seiner langjährigen Erfahrung bei NASCAR hat Dr. Nyquist auch eine Reihe von Führungspositionen innegehabt, darunter **Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung** und **Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten**, wobei er mehr als ein Dutzend Disziplinen von der **strategischen Entwicklung** bis zum **Unterhaltungsmarketing** leitete.

Nyquist hat auch Chicagos **Top-Sportfranchises** einen bedeutenden Stempel aufgedrückt. Als **Geschäftsführender Vizepräsident** der **Chicago Bulls** und der **Chicago White Sox** hat er seine Fähigkeit unter Beweis gestellt, **geschäftliche und strategische Erfolge** in der Welt des Profisports zu erzielen.

Schließlich begann er seine Karriere im Sport, als er in **New York** als **leitender strategischer Analyst** für **Roger Goodell** in der **National Football League (NFL)** arbeitete und davor als **Rechtspraktikant** beim **Amerikanischen Fußballverband**.



Hr. Nyquist, Eric

- Direktor für Kommunikation und Einfluss, NASCAR, Florida, USA
- Senior-Vizepräsident für strategische Entwicklung, NASCAR, USA
- Vizepräsident für strategische Planung bei NASCAR
- Leitender Direktor für Geschäftsangelegenheiten bei NASCAR
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago White Sox
- Geschäftsführender Vizepräsident, Chicago Bulls
- Manager für Geschäftsplanung bei der National Football League (NFL)
- Praktikant für Geschäftsangelegenheiten/Recht beim amerikanischen Fußballverband
- Promotion in Rechtswissenschaften an der Universität von Chicago
- Masterstudiengang in Betriebswirtschaft (MBA) an der Booth School of Business der Universität von Chicago
- Hochschulabschluss in Internationaler Wirtschaft am Carleton College

“

Dank dieses 100%igen Online-Universitätsabschlusses können Sie Ihr Studium mit Hilfe der führenden internationalen Experten auf dem Gebiet, das Sie interessiert, mit Ihren täglichen Verpflichtungen verbinden. Schreiben Sie sich jetzt ein!”

Leitung



Hr. Guillot, Jaime

- ♦ Unternehmer und Investor bei Web3
- ♦ CEO von Mergelina Inversiones
- ♦ Geschäftsführender Direktor von Demium Startups
- ♦ Mitgründer und Strategie-Direktor von Hikaru VR Agency
- ♦ Mitgründer und CEO von Drone Spain
- ♦ Mitgründer der IMBS Business School
- ♦ Gründer der Internet & Mobile Business School
- ♦ Gründer und CEO von Fight Technologies
- ♦ Umfassende Erfahrung in Start-ups
- ♦ Dozent im Masterstudiengang in Innovation und Unternehmensgründung von Bankinter
- ♦ Zertifizierter Coach durch die Europäische Schule für Führungskräfte (EEL)
- ♦ Operativer Manager, BBVA
- ♦ Ausbilder in Programmen für Führung und emotionales Management in Unternehmen
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management, UPV
- ♦ Spezialisierung auf die Industrie
- ♦ Sprachtraining in Englisch, Deutsch und Chinesisch
- ♦ Freiwilliger für die Vereinigung für die pädagogische Betreuung von Menschen mit besonderen Bedürfnissen



Hr. Gil, Andrés

- ♦ Experte für Innovation und strategisches Management
- ♦ Geschäftsführer, Klinik Pilar Roig Odontología
- ♦ Mitgründer und CEO von MedicalDays
- ♦ Kurs in Dentalmanagement und klinischem Management, DentalDoctors Institut
- ♦ Kurs in Kostenrechnung, Handelskammer von Valencia
- ♦ Landwirtschaftsingenieur, UPV
- ♦ Masterstudiengang in Management und Leitung, Staatliche Universität Michigan
- ♦ Buchhaltungskurs, Zentrum für Finanzstudien
- ♦ Kurs über Führung und Teammanagement, César Piqueras

Professoren

Fr. Fortea Paricio, Anna

- ♦ Internationaler professioneller Coach, Expertin für Executive und Business Coaching
- ♦ Professioneller Neurocoach
- ♦ Präsidentin der Internationalen Neurocoaching-Vereinigung
- ♦ Direktorin von Coaching Connection.es (Digitales Magazin, spezialisiert auf Coaching)
- ♦ Gründungspartnerin bei Co & Co (Coaching & Consulting)
- ♦ Gründerin des European Leadership Center
- ♦ Gründerin des Zentrums für Menschliche Höchstleistungen Anna Fortea
- ♦ Mitgründerin von Esexo
- ♦ Lehrbeauftragte an mehreren spanischen Universitäten, der UAC und der Humboldt-Universität
- ♦ Fachdozentin für die European Law Students' Association (ELSA), die Fortbildungen in Zusammenarbeit mit der UNESCO, UNICEF und den Vereinten Nationen durchführt
- ♦ Ehrenamtliche Tätigkeit bei der Stiftung Josep Carreras
- ♦ Freiwillige Helferin bei der Vereinigung zur Unterstützung des saharaischen Volkes
- ♦ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Valencia
- ♦ Hochschulabschluss in Psychologie an der UOC und in Neurowissenschaften an der UPenn
- ♦ International zertifizierter professioneller Coach durch das Institut für Menschliche Hochleistung (IESEC)
- ♦ Expertin für Kommunikation, Verhandlung, Führung und Selbstwertgefühl von PsicoActiva
- ♦ MBA an der CEREM Wirtschaftshochschule
- ♦ Mitglied der Expertengruppe der Europäischen Kommission und der Nationalen Vereinigung für Emotionale Intelligenz (ASNIE)





Hr. Dolz, Juan Manuel

- ♦ Berater für die Digitalisierung von Unternehmen
- ♦ Direktor des technischen Teams der Irene Milián Group
- ♦ Umfassende Erfahrung in Start-ups
- ♦ Mitgründer und CTO, MedicalDays
- ♦ Mitgründer und COO, Drone Spain
- ♦ Mitgründer und COO, Hikaru VR Agency
- ♦ Mitbegründer von HalloValencia
- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft, Management und Marketing, Universität von Valencia
- ♦ Freemover-Stipendium, Internationales Management, Kommunikation und Verkauf, Führungsqualitäten, Universität von Bern
- ♦ Universitätskurs in Betriebswirtschaftslehre, Universität von Valencia
- ♦ Professionelle Ausbildung in Digitalem Marketing, Internet Startup Camp, UPV

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen auf diesem Gebiet zu informieren, um sie in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden”

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich bewusst, dass die Durchführung eines Programms mit diesen Merkmalen eine große wirtschaftliche, berufliche und natürlich auch persönliche Investition bedeutet. Das ultimative Ziel dieser großen Anstrengung muss es sein, berufliches Wachstum zu erreichen. Deshalb stellen wir Ihnen alle unsere Bemühungen und Instrumente zur Verfügung, damit Sie die notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten erwerben können, um diese Veränderung zu erreichen.





“

Unsere größte Herausforderung ist es, Ihnen dabei zu helfen, Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern"

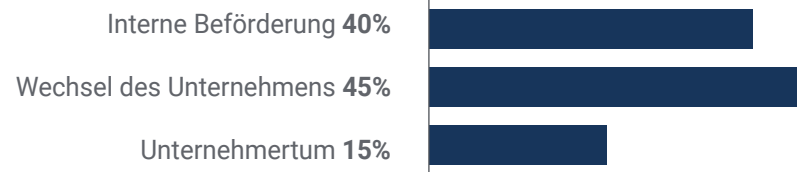
Wenn Sie auf der Suche nach einer Arbeitsmöglichkeit im Bereich des Managements von Zahnkliniken sind, bieten wir Ihnen bei TECH all unsere Ressourcen an, um Ihr Wissen in diesem Bereich zu erweitern.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der MBA in Management von Zahnkliniken der TECH ist ein intensives Programm, das Sie darauf vorbereitet, sich den Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich der Zahnkliniken auf nationaler und internationaler Ebene zu stellen. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

Mit unserer Fortbildung erwerben Sie die Fähigkeiten, die Sie für die Leitung einer Zahnklinik benötigen.



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der MBA in Management von Zahnkliniken trägt dazu bei, die Talente des Unternehmens durch die Spezialisierung von hochrangigen Führungskräften auf ihr maximales Potenzial zu heben. Die Teilnahme an diesem akademischen Programm wird Sie also nicht nur persönlich, sondern vor allem auch beruflich weiterbringen, indem Sie sich weiterbilden und Ihre Managementfähigkeiten verbessern. Darüber hinaus bietet der Beitritt zur TECH-Bildungsgemeinschaft die einmalige Gelegenheit, ein leistungsfähiges Netz von Kontakten zu knüpfen, um künftige berufliche Partner, Kunden oder Lieferanten zu finden.



“

Erwerben Sie das Wissen, das Sie brauchen, um Ihrer Zahnarztpraxis die globale Vision zu geben, die sie braucht, um Spitzenleistungen zu erzielen"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.



12

Qualifizierung

Das MBA in Management von Zahnkliniken garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten”*

Dieses **MBA in Management von Zahnkliniken** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

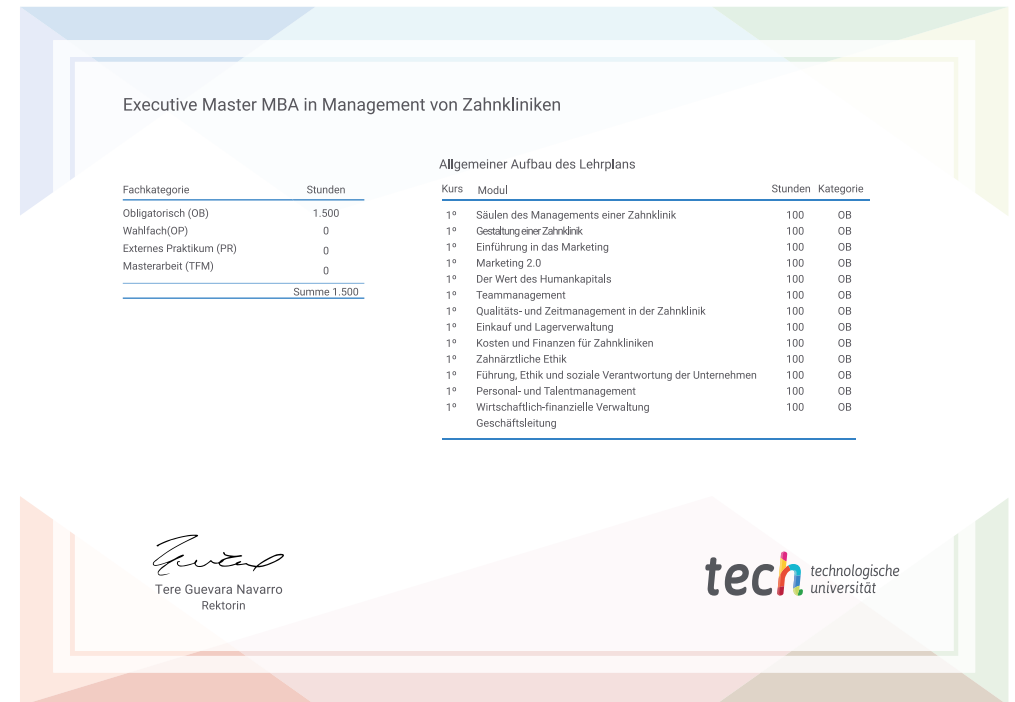
Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Executive Master MBA in Management von Zahnkliniken**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**





Executive Master MBA in Management von Zahnkliniken

- » Modalität: **online**
- » Dauer: **12 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Technische Universität**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**

Executive Master

MBA in Management von Zahnkliniken

