

# Universitätsexperte

## Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren





## Universitätsexperte

### Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-marketing-veterinarmedizinischen-zentren](http://www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-marketing-veterinarmedizinischen-zentren)

# Index

01

Willkommen

---

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

---

Seite 6

03

Warum unser Programm?

---

Seite 10

04

Ziele

---

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 22

06

Methodik

---

Seite 30

07

Profil unserer Studenten

---

Seite 38

08

Kursleitung

---

Seite 42

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 48

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

---

Seite 52

11

Qualifizierung

---

Seite 56

# 01

# Willkommen

Marketing ist für den Erfolg jedes Unternehmens von grundlegender Bedeutung und wird in Märkten mit zunehmendem Wettbewerb immer wichtiger. Mit der wachsenden Sorge um das Wohlergehen der Tiere in unserer Gesellschaft haben sich Tierkliniken vermehrt und vervielfacht. Jetzt ist die perfekte Zeit, um sich durch gezielte und spezialisierte Kommunikation zu profilieren. TECH hat diese umfassende Qualifikation entwickelt, die es allen Marketingfachleuten ermöglicht, sich auf eine wachsende Geschäftsnische zu spezialisieren. Wenn Sie sich für Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren entscheiden, haben Sie die Garantie für bessere Karrierechancen und hohe Erwartungen an Ihr berufliches Wachstum.



Universitätsexperte in Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren.  
TECH Technologische Universität



“

*Erwerben Sie die notwendigen Fähigkeiten,  
um Ihre tierärztlichen Geschäftskunden in den  
Mittelpunkt der Kommunikation zu stellen"*

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 Ausbildung von Führungskräften.



“

*TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”*

## Bei TECH Technologische Universität



### Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge 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 sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

**95%**

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



### Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

**+100.000**

Jährlich geschulte 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 der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



### Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer 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 den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



### 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, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



### Lerne mit den Besten

---

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



*Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt 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

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

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

02

### Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

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

*Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.*

03

### Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

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

04

### Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

*45% der Auszubildenden werden intern befördert.*

05

### Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

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

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

06

### Rigorese 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

### Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

*Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.*

08

### Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

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

# 04 Ziele

Das Hauptziel dieses Universitätsexperten in Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren von TECH ist es, den Studenten darin fortzubilden, die Kommunikation eines jeden veterinärmedizinischen Zentrums mit einer globalen und innovativen Perspektive zu verwalten. Mit fortgeschrittenen Kenntnissen über die verschiedenen Arten des Marketings und deren Anwendung auf den Bereich der Tiergesundheit wird sich der Student in einer expandierenden Marktnische professionell abheben und so die von ihm angestrebte berufliche Verbesserung garantieren.



“

*Bereiten Sie sich mit all dem Wissen aus diesem  
Universitätsexperten darauf vor, ein Profi  
auf dem Gebiet des veterinärmedizinischen  
Marketings zu werden”*

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

Der **Universitätsexperte in Marketing in Bildungszentren** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Definieren der verschiedenen Arten von Kunden eines veterinärmedizinischen Zentrums und der Kommunikationsstile, die am besten zu ihnen passen

04

Analysieren von Situationen mit verzerrten Emotionen und Beschwerden, um effektiv damit umzugehen

02

Entwickeln der in einem veterinärmedizinischen Zentrum erforderlichen Kommunikationsfähigkeiten

03

Zeigen und Entwickeln von Einfühlungsvermögen in der tierärztlichen Sprechstunde

05

Verwalten und Bewerten der Qualität der Kundenbetreuung in einer Tierarztpraxis





06

Aufstellen und Entwickeln von Kundenportfolios unter Verwendung praktischer Tools

08

Analysieren und Entwickeln des perfekten Kundenbesuchs in einem Tierarztzentrum

09

Analysieren der Entwicklung des Marketings und seiner Bedeutung für das heutige Erlebnismarketing

07

Entwerfen und Entwickeln von Kundenerfahrungsmodellen (CX), um die bestmögliche Benutzererfahrung (UX) zu erreichen

10

Nachdenken über die Notwendigkeit und Verpflichtung, gute Kunden an sich zu binden



11

Untersuchen des Unterschieds beim Verkauf von Dienstleistungen und Produkten

14

Entwickeln einer praktischen Methodik für die telefonische Kundenbetreuung

12

Bestimmen des Preises für eine tierärztliche Dienstleistung



13

Vorschlagen einer Methodik zur Preisgestaltung für tierärztliche Dienstleistungen

15

Lernen, immer alles in Rechnung zu stellen, was gemacht und fakturiert wird

16

Identifizieren der geeignetsten Werbemittel für jede Aktion

18

Entwickeln einer Methodik für den Umgang mit Beschwerden und Reklamationen

19

Entwickeln einer Methodik zur Umsetzung jeder Strategie in mindestens eine konkrete Aktion

17

Aufzeigen der Bedeutung von Zufriedenheitsumfragen, um herauszufinden, was die Kunden von uns denken

20

Bestimmen der praktischen Grundlage für die Steigerung des Umsatzes durch *Cross-Selling*



21

Überzeugen von der Notwendigkeit,  
*Merchandising* im Geschäft einzusetzen

22

Argumentieren, dass digitales Marketing  
das gleiche Gewicht haben sollte wie  
analoges Marketing

23

Vorschlagen von Vorlagen, die helfen,  
Marketingaktionen zu kontrollieren

24

Analysieren der Werte, die in einem  
Manager entwickelt werden müssen

25

Vorschlagen einer Methodik, um eine  
gute Führungskraft zu werden

26

Handeln mit Zuversicht und Sicherheit in einem  
Verhandlungsprozess

27

Aufbauen von Vertrauen in die Menschen, mit denen ein Manager arbeitet, und in sich selbst

28

Entwickeln der notwendigen Fähigkeiten für ein ausgezeichnetes Selbstmanagement der Zeit

29

Vorschlagen einer geeigneten Methodik zur Optimierung der Produktivität der Führungskraft

30

Aufbauen und Zusammenführen leistungsstarker professioneller Teams

31

Identifizieren und Analysieren von internen Konflikten in einem Tierarztzentrum

32

Führen professioneller Teams, um ihnen zu helfen, Lösungen für ihre internen Konflikte zu finden

05

# Struktur und Inhalt

Der Inhalt dieses Universitätsexperten wurde unter Berücksichtigung sowohl der beruflichen Bedürfnisse des Studenten als auch der aktuellen Realität des Veterinärmarktes entwickelt. Der Student erhält somit eine personalisierte Fortbildung, die es ihm ermöglicht, seine berufliche Laufbahn auf die Werbekommunikation im Veterinärbereich auszurichten. Es ist eine gute Gelegenheit, Marketingteams in diesem Bereich zu leiten und eine Referenz in diesem Sektor zu werden.



“

*Machen Sie Ihren Ehrgeiz zum Treibstoff für Ihren Erfolg im Veterinärmarketing und melden Sie sich noch heute bei TECH für diese Qualifikation an, die Ihre Karriere in eine neue Dimension führen wird“*

## Lehrplan

Die Inhalte des Universitätsexperten in Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren wurden von einem Team von Fachleuten mit langjähriger Erfahrung im Kommunikationsmanagement in diesem Bereich entwickelt. Auf diese Weise stellt TECH sicher, dass die Studenten das aktuellste Studienmaterial erhalten, das auf dem Markt erhältlich ist.

Ebenso garantiert die von TECH angewandte Lehrmethode, dass der Student alle Kenntnisse und Fähigkeiten auf die bestmögliche Art und Weise erwirbt, mit umfangreichem audiovisuellem Material, das dazu beiträgt, alle theoretischen Inhalte zu veranschaulichen und gleichzeitig das Studienpensum zu reduzieren.

Während der 450 Unterrichtsstunden werden den Studenten auch reale Fälle von erfolgreichen Marketingtechniken und -strategien in Tierkliniken gezeigt, so dass sie direkt an praktischen Beispielen lernen können, wie man alle erlernten Fähigkeiten richtig anwendet.

Das Programm erstreckt sich über 6 Monate und besteht aus 3 Modulen:

**Modul 1.** Der Kunde/Nutzer der veterinärmedizinischen Zentren

**Modul 2.** Marketing in veterinärmedizinischen Zentren

**Modul 3.** Führungs- und Managementfähigkeiten in veterinärmedizinischen Zentren





### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren vollständig online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

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

**Modul 1. Der Kunde/Nutzer der veterinärmedizinischen Zentren**

**1.1. Kundenservice in veterinärmedizinischen Zentren**

- 1.1.1. Hervorragender Kundenservice
- 1.1.2. Management der Kundenbetreuung
- 1.1.3. *Compliance* in veterinärmedizinischen Zentren als Instrument der Kundenbindung

**1.2. Kommunikation von Angesicht zu Angesicht in veterinärmedizinischen Zentren**

- 1.2.1. Praktische Vorteile der Kommunikation mit Kunden
- 1.2.2. Aktuelles Paradigma
- 1.2.3. Bedürfnisse der Kunden
- 1.2.4. Qualitätsmanagement für den Kundendienst
  - 1.2.4.1. Kommunikationskanäle mit Kunden
  - 1.2.4.2. Computersysteme/Datenbanken (CRM)
- 1.2.4.3. Umfragen zur Qualitätsbewertung

**1.3. Grundlegende Kommunikationsfähigkeiten für Fachleute in veterinärmedizinischen Zentren**

- 1.3.1. Die Frage in der professionellen Kommunikation
- 1.3.2. Zuhören in der professionellen Kommunikation
- 1.3.3. Nonverbale Kommunikation
- 1.3.4. Mündliche Kommunikation
- 1.3.5. Proxämie in veterinärmedizinischen Zentren

**1.4. Einfühlungsvermögen als grundlegende Fähigkeit im 21. Jahrhundert in der Beziehung zu den Kunden in veterinärmedizinischen Zentren**

- 1.4.1. Definition und Beschreibung
- 1.4.2. Ausdrücke der Empathie
- 1.4.3. Werkzeuge für die Arbeit an der Empathie mit Kunden in veterinärmedizinischen Zentren

**1.5. Methodik für den erfolgreichen Umgang mit schwierigen Situationen mit Kunden von veterinärmedizinischen Zentren**

- 1.5.1. Die vier wesentlichen Gewohnheiten hocheffizienter Kliniker
- 1.5.2. Merkmale von Konflikten zwischen Fachleuten und ihren Kunden
- 1.5.3. Methodik für den Umgang mit schwierigen Situationen mit Kunden in veterinärmedizinischen Zentren
  - 1.5.3.1. Das Problem erkennen
  - 1.5.3.2. Die Bedeutung aufdecken
  - 1.5.3.3. Die Chancen ergreifen
  - 1.5.3.4. Festlegen der Grenzen der Beziehung
  - 1.5.3.5. Ausdehnung der Hilfe zur Lösung des Problems
- 1.5.4. Instrument zur Verbesserung der beruflichen Kommunikationsfähigkeit

**1.6. Kommunikation innerhalb der tierärztlichen Sprechstunde**

- 1.6.1. Einführung
- 1.6.2. Das *Calgary-Cambridge*-Modell in der tierärztlichen Sprechstunde
  - 1.6.2.1. Vorbereitungsphase
  - 1.6.2.2. Einleitung der Sprechstunde
  - 1.6.2.3. Sammeln von Information
  - 1.6.2.4. Ergebnisse und Planung
  - 1.6.2.5. Geeignete Informationen bereitstellen
  - 1.6.2.6. Gegenseitiges Verständnis
  - 1.6.2.7. Abschluss der Sprechstunde
- 1.6.3. Übermittlung schlechter Nachrichten an Kunden von veterinärmedizinischen Zentren

**1.7. Strategien für das Kundenbeziehungsmanagement in einem veterinärmedizinischen Zentrum**

- 1.7.1. Relationales Marketing
- 1.7.2. Die wichtigsten Erwartungen der Kunden und Nutzer von veterinärmedizinischen Zentren
- 1.7.3. Langfristiges Kundenbeziehungsmanagement
  - 1.7.3.1. MSMC-Modell (Beste Service für die besten Kunden)
  - 1.7.3.2. Das neue CRM-Paradigma

**1.8. Segmentierung und Kundensegmentierung in einem veterinärmedizinischen Zentrum**

- 1.8.1. Kundensegmente und Portfolios
  - 1.8.1.1. Erstellung von Kundenportfolios in einem veterinärmedizinischen Zentrum
- 1.8.2. Strategische Vorteile der Kundenportfolios
- 1.8.3. Wertvollste Kunden (MVC)

**1.9. Kundenerfahrung (CX) und Benutzererfahrung (UX) in veterinärmedizinischen Zentren**

- 1.9.1. Der Moment der Wahrheit
- 1.9.2. Elemente, die das Kundenerlebnis ausmachen
- 1.9.3. Benutzererfahrung

**1.10. Praktische Anwendung der Kunden- und Nutzererfahrung in veterinärmedizinischen Zentren**

- 1.10.1. Phasen
  - 1.10.1.1. Untersuchung und Analyse von Nutzererfahrungen
  - 1.10.1.2. Definition der erlebnisorientierten Plattform
  - 1.10.1.3. Gestaltung und Planung der Erlebnisse
  - 1.10.1.4. Strukturierung des Kontakts oder der Begegnung mit dem Kunden
  - 1.10.1.5. Praktische Methodik

**Modul 2. Marketing in veterinärmedizinischen Zentren**

**2.1. Marketing in veterinärmedizinischen Zentren**

- 2.1.1. Definitionen
- 2.1.2. Bedürfnisse-Motivationen für den Kauf
- 2.1.3. Angebot und Nachfrage
- 2.1.4. Entwicklung des Marketings
- 2.1.5. Die Unternehmen von heute
- 2.1.6. Der Kunde von heute
- 2.1.7. Loyalität: Marketing im 21. Jahrhundert

**2.2. Was wird in veterinärmedizinischen Zentren verkauft?**

- 2.2.1. Produkte
- 2.2.2. Dienstleistungen
- 2.2.3. Unterschiede zwischen Produkten und Dienstleistungen
- 2.2.4. Die 4Ps der Produkte
- 2.2.5. Die 7Ps der Dienstleistungen

**2.3. Dienstleistungen und Produkte in veterinärmedizinischen Zentren**

- 2.3.1. Portfolio von Dienstleistungen
- 2.3.2. Produktportfolio
- 2.3.3. Wie verkauft man Produkte?
- 2.3.4. Wie verkauft man Dienstleistungen?
- 2.3.5. Differenzierung - zusätzlicher Nutzen
- 2.3.6. CAPE-Technik
- 2.3.7. Neuro-Marketing und seine Anwendung im Verkauf

**2.4. Preisgestaltung für Dienstleistungen und Produkte in veterinärmedizinischen Zentren**

- 2.4.1. Die Bedeutung des Preises in einem Unternehmen
- 2.4.2. Die Relativität des Preises bei Dienstleistungen
- 2.4.3. Wie legt man Preise für eine Dienstleistung fest?
- 2.4.4. Wie wird ein Produkt bepreist?
- 2.4.5. Die Preisliste

- 2.4.6. Wie kann man den Kunden einen Preis für eine Dienstleistung nennen?
- 2.4.7. Wie kann man Kommentare über hohe Preise entkräften?
- 2.4.8. Preiselastizität der Nachfrage/Preiskurve
- 2.4.9. Geschäftsmodelle für die Preisgestaltung in veterinärmedizinischen Zentren
- 2.4.10. Wie kassiert man alles ein und was macht man sonst?

**2.5. Kommunikation mit dem Kunden in veterinärmedizinischen Zentren**

- 2.5.1. Kommunikation mit dem internen Kunden: Mitarbeiter
- 2.5.2. Bedarf: Koordinierung der Nachrichten
- 2.5.3. *Multi-Channel* und *Omnichannel*
- 2.5.4. Im Wartezimmer
- 2.5.5. Telefonische Kundenbetreuung
- 2.5.6. Im Sprechzimmer

- 2.5.7. Mahnungen
- 2.5.8. Kampagnen zur Gesundheitsprävention
- 2.5.9. Dr. Google Vet. und seine Verwaltung durch den Tierarzt
- 2.5.10. Gründe für einen Kunden, den Tierarzt zu wechseln
- 2.5.11. Zufriedenheitsumfragen
- 2.5.12. Beschwerden in einem veterinärmedizinischen Zentrum

**2.6. Werbung in veterinärmedizinischen Zentren**

- 2.6.1. Welche Art von Kunden möchte ich erreichen?
- 2.6.2. Warteraum
- 2.6.3. Werbeelemente
- 2.6.4. Schriftliche Medien
- 2.6.5. Digitale Medien
- 2.6.6. Andere

**2.7. Cross-Selling in veterinärmedizinischen Zentren**

- 2.7.1. Was ist das und wofür wird es verwendet?
- 2.7.2. Arten von *Cross-Selling*
- 2.7.3. Wie macht man das?
- 2.7.4. Dienstleistung + Service
- 2.7.5. Dienstleistung + Produkt
- 2.7.6. Produkt + Produkt
- 2.7.7. Teamarbeit

**2.8. Merchandising**

- 2.8.1. Definitionen
- 2.8.2. Säulen
- 2.8.3. Ziele
- 2.8.4. Der Kaufentscheidungsprozess und die Arten des Kaufs
- 2.8.5. Das Äußere
  - 2.8.5.1. Fassade
  - 2.8.5.2. Identität
  - 2.8.5.3. Tür
  - 2.8.5.4. Schaufenster

- 2.8.6. Das Innere
  - 2.8.6.1. Sortiment
  - 2.8.6.2. Raumaufteilung
- 2.8.7. Verwaltung der Bestände
- 2.8.8. Animation am Verkaufsort
  - 2.8.8.1. Extern
  - 2.8.8.2. Intern
  - 2.8.8.3. PLV
  - 2.8.8.4. Werbeaktionen

**2.9. Digitales Marketing in veterinärmedizinischen Zentren**

- 2.9.1. Allgemeines
- 2.9.2. ROPO-Effekt
- 2.9.3. *Blending Marketing*: offline und online
- 2.9.4. Website eines veterinärmedizinischen Zentrums

- 2.9.5. Soziale Netzwerke in veterinärmedizinischen Zentren
  - 2.9.5.1. Facebook
  - 2.9.5.2. Twitter
  - 2.9.5.3. Instagram
  - 2.9.5.4. YouTube-Kanal
- 2.9.6. E-Mail-Marketing
- 2.9.7. Tools für Sofortnachrichten

**2.10. Kundenbindungsinstrumente für veterinärmedizinische Zentren**

- 2.10.1. Nicht alle Kunden haben den gleichen Wert
- 2.10.2. Gesundheitspläne
- 2.10.3. Kampagnen zur Gesundheitsprävention
- 2.10.4. Tierärztliche Versicherung
- 2.10.5. Punktesammelsysteme
- 2.10.6. Rabatt-Gutscheine
- 2.10.7. Andere

**Modul 3. Führungs- und Managementfähigkeiten in veterinärmedizinischen Zentren**

**3.1. Wesentliche Managementfähigkeiten eines Managers und/oder Inhabers eines veterinärmedizinischen Zentrums**

- 3.1.1. Die Geschäftsführung
- 3.1.2. Entscheidungsfindung
- 3.1.3. Beschlussfassung
- 3.1.4. Flexibilität
- 3.1.5. Selbsterkenntnis
- 3.1.6. Selbstbehauptung
- 3.1.7. Kommunikation
- 3.1.8. Emotionale Intelligenz

**3.2. Führung in veterinärmedizinischen Zentren**

- 3.2.1. Merkmale der Führungskraft
- 3.2.2. Vorteile der Führung
- 3.2.3. Übungen des Leiters
- 3.2.4. Die Delegation
  - 3.2.4.1. Strategie der Delegation
  - 3.2.4.2. Auswahl der Aufgabe
  - 3.2.4.3. Prozess der Befähigung
- 3.2.5. Motivationsgespräche mit Mitarbeitern
  - 3.2.5.1. GROW/MAPA-Verfahren

**3.3. Verhandlungsführung für den Leiter des veterinärmedizinischen Zentrums**

- 3.3.1. Fähigkeiten als Verhandlungsführer
- 3.3.2. Arten und Stile der Verhandlung
- 3.3.3. Phasen der Verhandlung
  - 3.3.3.1. Vorbereitung
  - 3.3.3.2. Diskussion und Argumentation
  - 3.3.3.3. Vorschlag
  - 3.3.3.4. Austausch
  - 3.3.3.5. Abschluss
  - 3.3.3.6. Follow-up
- 3.3.4. Verhandlungstaktiken und -techniken
- 3.3.5. Strategien

**3.4. Zeitmanagement des Leiters des veterinärmedizinischen Zentrums**

- 3.4.1. Verlangsamem, Nachdenken, Analysieren und Entscheiden
- 3.4.2. Insiderwissen
- 3.4.3. Wie man Prioritäten setzt
- 3.4.4. Agieren
- 3.4.5. Planen und Organisieren
- 3.4.6. Zeitdiebe

**3.5. Wie baut man Vertrauen in das Personal eines veterinärmedizinischen Zentrums auf?**

- 3.5.1. Selbstvertrauen
- 3.5.2. Vertrauen in andere
- 3.5.3. Konstruktive Selbstkritik
- 3.5.4. Respekt und Verantwortung
- 3.5.5. Ehrlichkeit
- 3.5.6. Versuch und Irrtum

**3.6. Produktivitätsmanagement des Leiters eines veterinärmedizinischen Zentrums**

- 3.6.1. Produktivitätsdiebe
- 3.6.2. Die *Getting Things Done*® (GTD)-Methode
  - 3.6.2.1. Grundlagen
  - 3.6.2.2. Sammeln oder Erfassen
  - 3.6.2.3. Verarbeiten oder klären
  - 3.6.2.4. Organisieren
  - 3.6.2.5. Überprüfen
  - 3.6.2.6. Machen

**3.7. Professionelle Hochleistungsteams in veterinärmedizinischen Zentren**

- 3.7.1. Arbeitsgruppen
- 3.7.2. Merkmale von professionellen Teams
- 3.7.3. Vorteile von leistungsstarken professionellen Teams
- 3.7.4. Praktische Beispiele

**3.8. Erkennen und Lösen interner Konflikte in veterinärmedizinischen Zentren**

- 3.8.1. Die Methode der fünf Funktionsstörungen von Profiteams
  - 3.8.1.1. Mangelndes Vertrauen
  - 3.8.1.2. Furcht vor Konflikten
  - 3.8.1.3. Mangelndes *Engagement*
  - 3.8.1.4. Vermeiden von Verantwortung
  - 3.8.1.5. Desinteresse an Ergebnissen
- 3.8.2. Ursachen für das Scheitern von professionellen Teams

**3.9. Prävention von interner Toxizität in veterinärmedizinischen Zentren**

- 3.9.1. Organisatorische Gesundheit
- 3.9.2. Vorbeugende Maßnahmen
  - 3.9.2.1. Schaffung eines kohärenten Führungsteams
  - 3.9.2.2. Schaffung von Klarheit innerhalb der Organisation
  - 3.9.2.3. Zu viel Klarheit kommunizieren
  - 3.9.2.4. Stärkung der Klarheit

**3.10. Änderungsmanagement in der Verwaltung von veterinärmedizinischen Zentren**

- 3.10.1. Prüfung der Glaubwürdigkeit
- 3.10.2. Entwicklung des Charakters
- 3.10.3. Aktionen für den Wandel



# 06 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 aufgibt 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 Wirtschaftsschule 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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”*



*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 Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

## Relearning Methodik

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 auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule 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 Online-Universität in Spanisch 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 ausgebildet. 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 neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings 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 TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



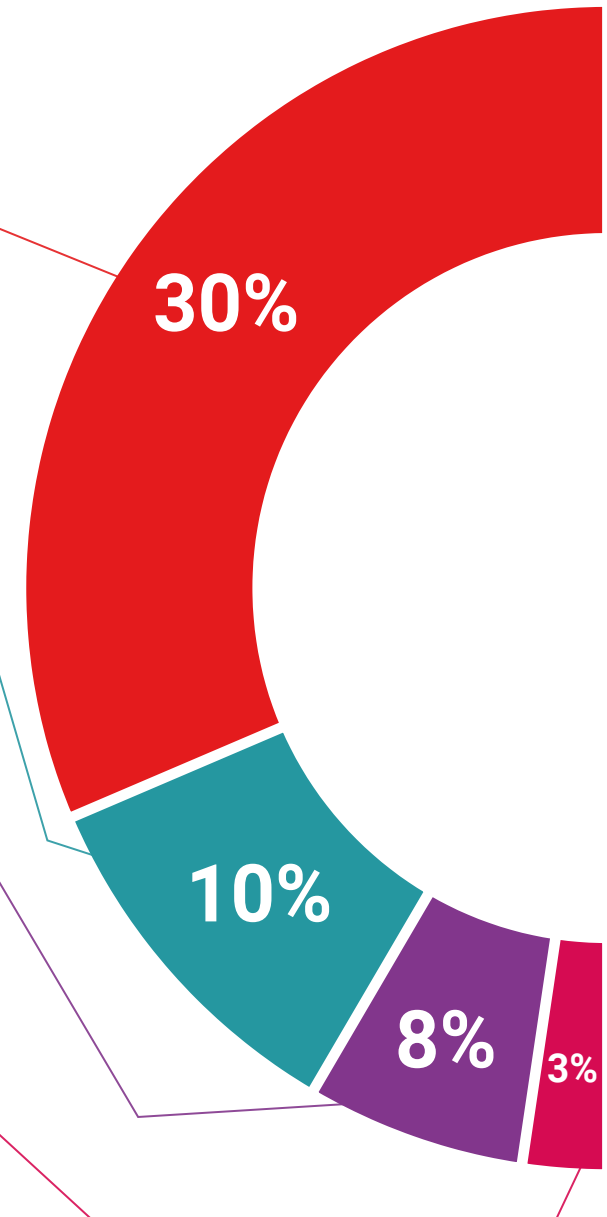
### Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken 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 haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





### Fallstudien

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.



### Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



07

# Profil unserer Studenten

Dieses Programm wurde für alle Fachleute aus der Welt der Tiermedizin oder des Marketings entwickelt, die ihre Karriere spezialisieren und ihre Arbeit in diesem spezifischen Bereich qualitativ verbessern möchten. Dank der fortgeschrittenen Kenntnisse, die gelehrt werden, und der Vielfalt an multidisziplinären Profilen hat der Student eine ausgezeichnete Gelegenheit zum *Networking* und potenzielle Partner oder Kunden zu treffen.





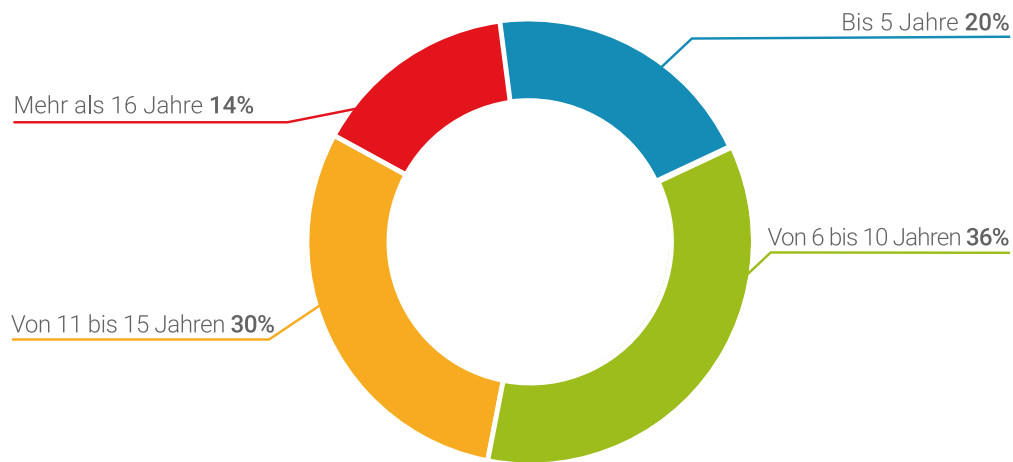
“

*Sie werden die nötige Vision haben, um Ihr veterinärmedizinisches Zentrum auf eine neue Geschäftsebene zu bringen, mit einer Kommunikation, die sich auf das Publikum konzentriert, das Sie erreichen wollen"*

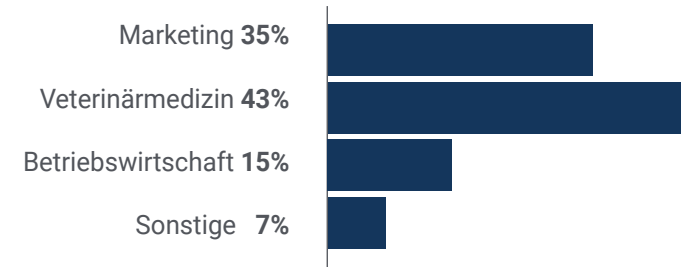
## Durchschnittliches Alter

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

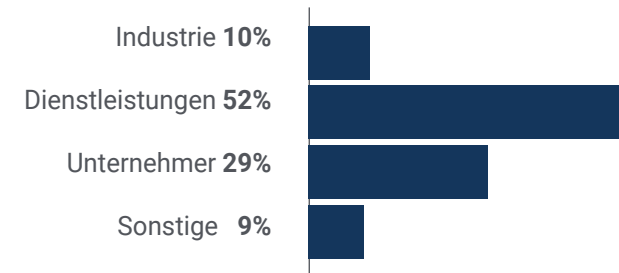
## Jahre der Erfahrung



## Ausbildung



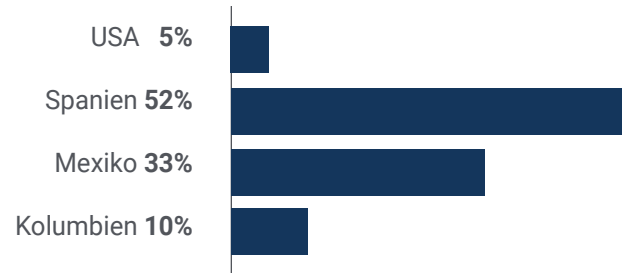
## Akademisches Profil





## Geografische Verteilung

---



## Lola María Mondragón

---

### Marketing-Expertin

*“Dieser Universitätsexperte für Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren hat es mir ermöglicht, mich beruflich neu zu orientieren, denn ich finde diesen Bereich sehr interessant und voller Möglichkeiten. Ich empfehle ihn allen Fachleuten, die sich in dieser faszinierenden Nische spezialisieren wollen”*

08

# Kursleitung

Zu den Lehrkräften des Programms gehören führende Experten für die Leitung von veterinärmedizinischen Zentren, die die Erfahrung aus ihrer langjährigen Tätigkeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die das Programm interdisziplinär vervollständigen und es somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für die Studenten machen.



“

*Fachleute auf diesem Gebiet bringen in das Studium neben dem innovativsten Wissen auch die reale und aktuelle Vision dieser Art von Arbeit ein"*

## Leitung



### Hr. Barreneche Martínez, Enrique

- ♦ Leitung der Beratungsfirma VetsPower.com, einer Unternehmensberatungsfirma, die sich ausschließlich mit tierärztlichen Gesundheitszentren für Haustiere befasst
- ♦ Vizepräsident des Arbeitgeberverbands des Veterinärsektors auf Provinzebene in Alicante, AEVA, und Schatzmeister des Spanischen Verbandes der Veterinärindustrie (CEVE)
- ♦ Mitgründung der Arbeitsgruppe Management und Verwaltung von AVEPA, (GGA)
- ♦ Eigene Geschäftserfahrung, Gründer und Eigentümer des Veterinärzentrums Amic in Alicante
- ♦ Hochschulabschluss in Veterinärmedizin an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Autor der Bücher über die Unternehmensführung in Tierarztpraxen „Wer hat mein Tierarztzentrum mitgenommen?“ und „Ich habe mein Tierarztzentrum gefunden!“
- ♦ Co-Autor von zwei Büchern und Verfasser spezifischer Kapitel in anderen Veröffentlichungen zur Ausbildung von veterinärmedizinischen Klinikassistenten (VCA)
- ♦ Referent bei verschiedenen Kursen und Workshops zur Unternehmensführung von Tierarztzentren, sowohl persönlich als auch online, sowohl in Spanien als auch im Ausland
- ♦ Teilnahme an zahlreichen Konferenzen, Kurse und Webinare für Hilfskräfte in Tierarztpraxen

## Professoren

### Hr. Martín González, Abel

- ♦ Hochschulabschluss in Veterinärmedizin an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Doktoratsstudium, ohne Einreichung einer Dissertation
- ♦ Zusammenarbeit mit der Bezirksregierung von Castilla La Mancha bei Kursen über die Verwaltung von Viehzuchtbetrieben
- ♦ Von der AESLA (Lacaunne Züchtervereinigung) an verschiedenen Orten in Spanien organisierte Vorlesungen über Ökografie und Fortpflanzungskontrolle
- ♦ Referent bei der Konferenzreihe über die Bekämpfung von Stierkrankheiten, die von der Tierärztlichen Hochschule in Madrid organisiert wurde
- ♦ Vorträge über das Management von Veterinärmedizinischen Zentren, organisiert von der AVEPA Management Group
- ♦ Referent bei mehreren von AVEPA organisierten nationalen Kongressen (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA, IVEE-AVEPA)
- ♦ Experte INCUAL bei der Ausarbeitung der beruflichen Qualifikation für Assistenz und sanitäre Hilfe bei der Verwaltung von Nutztieren
- ♦ Tierarzt in freier klinischer Praxis auf Viehzuchtbetrieben, als deren technischer Leiter, für Rinder, Schafe, Pferde und Schweine
- ♦ Technische Leitung der AD SG in Castilla La Mancha (Spanien): AD SG Bovino Castillo de Bayuela, AD SG Bovino La Jara, AD SG Extensivo Belvis, AD SG Bovino Los Navalmorales, AD SG Porcino La Jara
- ♦ Technische Leitung der Qualitätsmarke für Fleisch aus Sierra de San Vicente
- ♦ Leitung des Veterinärmedizinischen Zentrums Talavera und der Tierklinik Veco in Talavera de la Reina (Toledo)
- ♦ Leitung des Tierkrankenhauses Talavera
- ♦ Gründungsmitglied und Vizepräsident des CEVE (Spanischer Verband der Veterinärindustrie), und Mitglied der Kommission für Gesundheit und der Kommission für Digitales des CEVE

- ♦ Gründungsmitglied und Präsident der CEVE-CLM (Tierärztlicher Unternehmerverband von Castilla La Mancha)
- ♦ Mitglied in mehreren nationalen und internationalen Berufsverbänden wie AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO
- ♦ Mitglied der Digitalen Kommission des CEOE (Verband spanischer Unternehmensorganisationen)

### Hr. Rotger Campins, Sebastià

- ♦ Ingenieur für Telekommunikation
- ♦ Hochschulabschluss in Nautik und Seeverkehr
- ♦ Kapitän der Handelsmarine
- ♦ Professioneller Tauchlehrer
- ♦ Sekretär des Spanischen Verbandes der Veterinärindustrie CEVE
- ♦ Leitung der Abteilung Arbeit, Organisation und Ausbildung des CEVE
- ♦ Sekretär von Empresaris Veterinaris de les Illes Balears EMVETIB (Veterinärunternehmer der Balearen)
- ♦ Präsident der Dienstleistungskommission der Vereinigung der Unternehmensverbände der Balearen CAEB
- ♦ Mitglied des Exekutivausschusses der CAEB
- ♦ Vorsitzender des nationalen Verhandlungsausschusses des Tarifvertrags für die veterinärmedizinischen Zentren und Dienste
- ♦ Leitung der Veterinärklinik Veterinari Son Dureta SLP

### **Fr. Saleno, Delia**

- ♦ Doktoratsstudium, ohne Einreichung einer Dissertation
- ♦ Hochschulabschluss in Veterinärmedizin, Universität für Agrarwissenschaften und Veterinärmedizin, Cluj-Napoca, Rumänien
- ♦ Weiterführender Studiengang in Kleintierklinik
- ♦ Forschungsabschluss in Zytogenetik an der Universität von Cordoba mit einer Studie über Unfruchtbarkeit bei Pferden
- ♦ Kurs für Unternehmer (500h), von EOI im Jahr 2007 in Palma de Mallorca (Spanien)
- ♦ Qualifizierungskurs zum Gutachter in Verfahren zur Anerkennung beruflicher Kompetenzen durch Berufserfahrung in der landwirtschaftlichen Familienwirtschaft
- ♦ Pre-Doktoranden-Forscherin in der Abteilung für Tierreproduktion der Fakultät für Veterinärmedizin in Cluj-Napoca, Rumänien
- ♦ Pre-Doktorandin an der Abteilung für Genetik der Universität von Cordoba, Spanien
- ♦ Seit mehr als 20 Jahren klinisch in der Hunde- und Katzenmedizin tätig, zunächst an der Veterinärmedizinischen Universitätsklinik von Cluj-Napoca und später in mehreren Kliniken und Krankenhäusern in Spanien
- ♦ Unternehmerische Tätigkeit mit einer Tierklinik in Palma de Mallorca: Tierärztliche Klinik Son Dureta
- ♦ Gründungsmitglied von Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) und des Spanischen Verbandes der Veterinärindustrie (CEVE)
- ♦ Vorsitz von EMVETIB
- ♦ Vorsitz von CEVE
- ♦ Mitglied des Verwaltungsrats von CEOE
- ♦ Vertretung des Veterinärsektors in verschiedenen nationalen und internationalen Wirtschaftsforen sowie in den sektoralen Beobachtungsstellen und Arbeitsgruppen des Bildungsministeriums, des Arbeitsministeriums und des Landwirtschaftsministeriums

### **Hr. Vilches Sáez, José**

- ♦ Projektleitung - CursoACV.com
- ♦ Verantwortlich für die Ausbildungsplattform, Cursoveterinaria.es
- ♦ Projektleitung, Duna Formación
- ♦ Kaufmännische Leitung, Gesvilsa
- ♦ Geschäftsführung bei Formación Professional Duna, SL
- ♦ *Community Manager*
- ♦ Sekretariatsverwaltung, AGESVET
- ♦ Verkaufsleitung Spanien, ProvetCloud
- ♦ Technische Verkaufsleitung, Guerrero Coves

### **Hr. Muñoz Sevilla, Carlos**

- ♦ Hochschulabschluss in Veterinärmedizin an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ MBA von der Universität Jaime I-(UJI)
- ♦ Professor für Anästhesiologie und Management von Tierkliniken an der Universität Cardenal Herrera CEU
- ♦ Mitglied der AGESVET seit ihrer Gründung
- ♦ Mitwirkung an der Entwicklung und Schulung des AGESVET-Moduls für Humanressourcen



### **Hr. Villaluenga, José Luis**

- ◆ Hochschulabschluss in Biowissenschaften an der Universität Complutense von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Digitalem Marketing, EAE und Universität von Barcelona
- ◆ Masterstudiengang in Personalmanagement, EAE und Universität von Barcelona
- ◆ Außerordentlicher Professor an der Fakultät für Veterinärmedizin der Universität Alfonso X El Sabio, Madrid (Spanien) im Studiengang Veterinärmedizin, in den Fächern Veterinärgenetik 1. und Ethnologie 2 (Modul: Management und Marketing im Bereich der Tiermedizin)
- ◆ Dozent im Bereich „Kundenservice“ bei FORVET, Veterinärmedizinisches Ausbildungszentrum für veterinärmedizinische Fachassistenten, Madrid (Spanien)
- ◆ Dozent für den Masterstudiengang Pferdesportmedizin an der Universität von Cordoba (Spanien), Modul: Marketing und Management des Tierarztunternehmens für Pferde
- ◆ Lehrbeauftragter mit eigenem Titel als Experte für Physiotherapie und Rehabilitation von Kleintieren: Hunde und Katzen, Bereich: Betriebswirtschaftliche Leitung eines Rehabilitationszentrums für Kleintiere, an der Universität Complutense von Madrid (Spanien)
- ◆ Gründung als einer der 2 Gründungspartner des Unternehmens Rentabilidad Veterinaria, SL. Dieses Unternehmen widmet sich der Geschäftsführung von Tierarztzentren für Haustiere. Es bietet Beratung, Schulung, Beistand, Unternehmensbewertung, Personalmanagement, wirtschaftlich-finanzielles Management und die Neugründung von Unternehmen
- ◆ Berater, der sich auf das Management von Tierarztpraxen spezialisiert hat

09

# Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich der wirtschaftlichen, persönlichen und beruflichen Anstrengungen bewusst, die die Studenten auf sich nehmen müssen, um ihr Studium abzuschließen, und setzt sich daher voll und ganz dafür ein, ihnen eine viel bessere berufliche Zukunft zu garantieren.

Dank dieses Universitätsexperten werden die Studenten eine viel breitere kommerzielle und werbetechnische Vision der Welt des Marketings in Veterinärmedizinischen Zentren haben.





“

*Schreiben Sie sich jetzt für diesen  
Universitätsexperten ein und erreichen  
Sie die Karriereziele, von denen Sie schon  
immer geträumt haben”*

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

Dieses Programm ist darauf ausgerichtet, das Beste aus den Studenten herauszuholen und ihnen eine innovative Vision für die Zukunft des Veterinärmarketings zu bieten. Sie werden neue berufliche Höhen erklimmen und Karriereschritte machen, die sonst nur schwer zu erreichen sind.

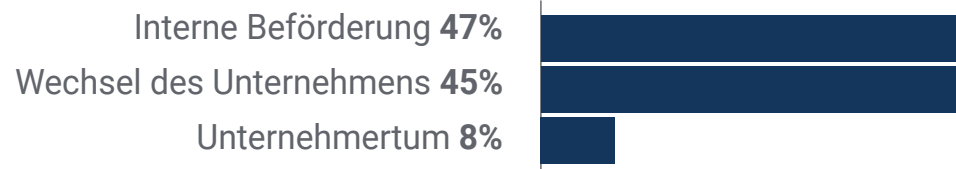
*Dank dieses Programms werden Sie eine große Anzahl von Stellenangeboten erhalten, mit denen Sie Ihre berufliche Entwicklung beginnen können.*

*Fügen Sie Ihrem Lebenslauf einen hochspezialisierten Kurs hinzu und erschließen Sie sich neue Arbeitsbereiche und Karrieremöglichkeiten.*

### Zeitpunkt des Wandels



### Art des Wandels



## Gehaltsverbesserung

---

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



10

# Vorteile für Ihr Unternehmen

Auch die Unternehmen sind die Hauptnutznießer dieses Programms, denn die Studenten können die Ergebnisse von Werbekampagnen und Marketingaktionen von Veterinärmedizinischen Zentren erheblich verbessern. Dank einer Reihe ausgeprägter Fähigkeiten und Kenntnisse lassen die wirtschaftlichen Vorteile nicht lange auf sich warten, da die Kundenzahl steigt und die Kundenakquise verbessert wird.





“

*Diese Fortbildung gibt Ihnen das nötige Rüstzeug, um zu einer Referenz im Veterinärmarketing zu werden”*

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 Führungskraft 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 Zeiten der Ungewissheit und der Krise Entscheidungen zu treffen und dem Unternehmen 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 wird an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln können.

---

06

### Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

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

11

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren 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"*

Dieser **Universitätsexperte in Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren** 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 Technologische 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: **Universitätsexperte in Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



## Universitätsexperte

### Marketing in Veterinärmedizinischen Zentren

- » Modalität: **online**
- » Dauer: **6 Monate**
- » Qualifizierung: **TECH Technische Universität**
- » Aufwand: **16 Std./Woche**
- » Zeitplan: **in Ihrem eigenen Tempo**
- » Prüfungen: **online**

Universitätsexperte

Marketing in Veterinärmedizinischen  
Zentren