

Weiterbildender Masterstudiengang

MBA in Management und
Leitung von Zahnkliniken



Weiterbildender Masterstudiengang MBA in Management und Leitung von Zahnkliniken

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/zahnmedizin/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-mba-management-leitung-zahnkliniken

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 12

04

Kursleitung

Seite 16

05

Struktur und Inhalt

Seite 20

06

Methodik

Seite 36

07

Qualifizierung

Seite 44

01 Präsentation

Es ist eine Herausforderung, ein Unternehmen zum Erfolg zu führen, ganz gleich, in welchem Sektor es tätig ist. Im Bereich der Zahnmedizin nimmt der Wettbewerb täglich zu. Deshalb ist es unerlässlich, die Unternehmensführung zu stärken. Mit diesem Programm möchten wir Ihnen die Möglichkeit bieten, sich in allen Bereichen zu spezialisieren, die mit dem Management von Zahnkliniken zusammenhängen: Personalwesen, Marketing, Qualität, Zeitmanagement, Planung und Strategie, Buchhaltung und Kosten, usw., um die Kontinuität Ihres Unternehmens zu gewährleisten.





“

Zahnärzte, die eine eigene Zahnklinik eröffnen möchten, müssen über umfassende betriebswirtschaftliche Kenntnisse verfügen, um ihr Unternehmen zum Erfolg zu führen"

Die wachsende Zahl von Zahnärzten hat zur Entstehung zahlreicher Zahnkliniken geführt und den Sektor der Zahnkliniken zu einem der wettbewerbsintensivsten Märkte gemacht, die es heute gibt. In diesem Zusammenhang ist es unerlässlich, dass die Fachleute in diesem Bereich sich im Management und in der Leitung dieser Art von Unternehmen fortbilden. Sie müssen sich auf das Erlernen von Kenntnissen der Unternehmensführung und des Teammanagements konzentrieren, um den Erfolg ihres Unternehmens zu gewährleisten.

Am Ende ihres Universitätsstudiums werden die Zahnärzte die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen erworben haben, um verschiedene orale Pathologien zu diagnostizieren und zu behandeln sowie ihre Kunden über die richtige Mundgesundheit zu beraten. Das Studium der Unternehmensführung ist an den zahnmedizinischen Fakultäten jedoch sehr begrenzt.

Aus diesem Grund hat TECH diesen weiterbildenden Masterstudiengang entwickelt, der das Beste eines MBA mit der umfassendsten Spezialisierung auf das Management und die Leitung von Zahnkliniken verbindet. Auf diese Weise können Fachleute am Ende ihres Zahnmedizinstudiums diese Spezialisierung fortsetzen, die sie zum geschäftlichen Erfolg ihrer Zahnkliniken führen wird, so dass sie ihr Geschäft zu wettbewerbsfähigen und qualitativ hochwertigen Zentren machen können.

Während dieser Spezialisierung wird der Student mit allen aktuellen Ansätzen zur Bewältigung der verschiedenen Herausforderungen seines Berufs vertraut gemacht. Ein Schritt auf hohem Niveau, der nicht nur beruflich, sondern auch persönlich zu einem Verbesserungsprozess wird. Darüber hinaus TECH ein soziales Engagement: hochqualifizierte Fachkräfte sollen sich spezialisieren und während ihres Studiums ihre persönlichen, sozialen und beruflichen Fähigkeiten entwickeln können.

Wir werden dem Studenten nicht nur das theoretische Wissen beibringen, sondern ihm eine andere Art des Studierens und Lernens zeigen, die organischer, einfacher und effizienter ist. TECH wird daran arbeiten, sie zu motivieren und in ihnen eine Leidenschaft für das Studium zu wecken. Und wir werden Sie zum Nachdenken anregen und Ihr kritisches Denken entwickeln.

Dieser weiterbildende Masterstudiengang wurde entwickelt, um dem Studenten das spezifische Wissen dieser Disziplin auf intensive und praktische Weise zu vermitteln. Es ist von großem Wert für jede Fachkraft. Da es sich außerdem um eine 100%ige Online-Spezialisierung handelt, entscheidet der Student selbst, wo und wann er studiert. Es gibt keine festen Stundenpläne und keine Notwendigkeit, zum Klassenzimmer zu kommen, was es einfacher macht, Beruf und Familie zu vereinbaren.

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang MBA in Management und Leitung von Zahnkliniken** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ♦ Neueste Technologie in der Online-Lehrsoftware
- ♦ Intensiv visuelles Lehrsystem, unterstützt durch grafische und schematische Inhalte, die leicht zu erfassen und zu verstehen sind
- ♦ Entwicklung von Fallstudien, die von erfahrenen Experten präsentiert werden
- ♦ Hochmoderne interaktive Videosysteme
- ♦ Unterstützung des Unterrichts durch Telepraxis
- ♦ Ständige Aktualisierung und Recycling-Systeme
- ♦ Selbstgesteuertes Lernen, das eine vollständige Kompatibilität mit anderen Berufen ermöglicht
- ♦ Praktische Übungen zur Selbstbeurteilung und Überprüfung des Gelernten
- ♦ Selbsthilfegruppen und Bildungssynergien: Fragen an den Experten, Diskussions- und Wissensforen
- ♦ Kommunikation mit der Lehrkraft und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Datenbanken mit ergänzenden Unterlagen, die ständig verfügbar sind, auch nach der Fortbildung



Eine Spezialisierung auf hohem wissenschaftlichem Niveau, unterstützt durch eine moderne technologische Umsetzung und die Lehrerfahrung der besten Fachleute"



Eine Spezialisierung, die sich an Fachleute richtet, die nach Spitzenleistungen streben, und die es Ihnen ermöglicht, neue Kompetenzen und Strategien auf fließende und effiziente Weise zu erwerben"

Unser Lehrkörper setzt sich aus berufstätigen Fachleuten zusammen. Auf diese Weise stellt TECH sicher, dass hierdurch das angestrebte Ziel der Bildungsaktualisierung erreicht wird. Ein multidisziplinärer Kader von Fachleuten, die in verschiedenen Umgebungen qualifiziert und erfahren sind, die das theoretische Wissen effizient entwickeln, aber vor allem das praktische Wissen aus ihrer eigenen Erfahrung in den Dienst der Spezialisierung stellen.

Diese Beherrschung des Themas wird durch die Wirksamkeit der methodischen Gestaltung dieses weiterbildenden Masterstudiengangs ergänzt. Er wurde von einem multidisziplinären Team von *E-Learning*-Experten entwickelt und integriert die neuesten Fortschritte in der Bildungstechnologie. Auf diese Weise kann der Student mit einer Reihe komfortabler und vielseitiger multimedialer Werkzeuge lernen, die ihm die für seine Spezialisierung erforderliche Funktionsfähigkeit verleihen.

Das Design dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, ein Ansatz, der Lernen als einen eminent praktischen Prozess begreift. Um dies aus der Ferne zu erreichen, werden wir die Telepraxis nutzen. Mit Hilfe eines innovativen interaktiven Videosystems und des *Learning from an Expert* wird der Student in der Lage sein, sich das Wissen so anzueignen, als ob er das Szenario, das er gerade lernt, selbst erleben würde. Ein Konzept, das es ihm ermöglichen wird, das Lernen auf eine realistischere und dauerhafte Weise zu integrieren und zu fixieren.

Steigern Sie Ihre Fähigkeiten im Management und in der Leitung von Zahnkliniken und verschaffen Sie Ihrem Unternehmensprojekt mehr Sichtbarkeit, während Sie gleichzeitig qualitativ hochwertige Versorgung anbieten.

Wir bieten Ihnen die derzeit beste Spezialisierung an, damit Sie sich eingehend mit dem Management und der Leitung von Zahnkliniken befassen können.



02 Ziele

Das Ziel ist es, hochqualifizierte Fachkräfte für die Berufspraxis zu spezialisieren. Ein Ziel, das im Übrigen global durch die Förderung der menschlichen Entwicklung ergänzt wird, die die Grundlage für eine bessere Gesellschaft bildet. Dieses Ziel wird dadurch erreicht, dass die Fachleute Zugang zu einem viel höheren Maß an Kompetenz und Kontrolle erhalten. Ein Ziel, das der Student mit einer hochintensiven und hochpräzisen Spezialisierung als selbstverständlich betrachten kann.



“

Wenn es Ihr Ziel ist, sich beruflich weiterzuentwickeln und eine Qualifikation zu erwerben, die es Ihnen ermöglicht, mit den Besten zu konkurrieren, sind Sie hier genau richtig. Willkommen bei TECH"



Allgemeine Ziele

- Neue Trends und Entwicklungen in der Unternehmensführung zu definieren
- Erstellung eines Plans zur Entwicklung und Verbesserung der persönlichen und unternehmerischen Fähigkeiten
- Entwicklung von Strategien zur Entscheidungsfindung in einem komplexen und instabilen Umfeld
- Entwickeln der Fähigkeit Probleme zu erkennen, zu analysieren und zu lösen
- Entwicklung der wesentlichen Kompetenzen für das strategische Management der Unternehmenstätigkeit
- Präsentieren des Unternehmens aus globaler Sicht sowie die Zuständigkeiten der einzelnen Bereiche des Unternehmens
- Entwicklung innovativer Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Management- und Geschäftseffizienz
- Formulierung und Umsetzung von Wachstumsstrategien, die das Unternehmen an die Veränderungen im nationalen und internationalen Umfeld anpassen
- Theoretische, methodische und analytische Werkzeuge nutzen, um ihr eigenes klinisch-dentales Geschäft optimal zu verwalten und zu leiten und sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld effektiv zu differenzieren
- Fähigkeiten in den Bereichen Strategie und Vision, um die Identifizierung neuer Geschäftsmöglichkeiten zu erleichtern
- Förderung 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
- Professionalisierung des klinisch-dentalen Sektors durch kontinuierliche und spezifische Fortbildung im Bereich der Unternehmensführung und Verwaltung





Spezifische Ziele

- Beschreibung der aktuellen Situation und der zukünftigen Trends bei den Managementmodellen und dem Management des klinisch-dentalen Unternehmens, um in der Lage zu sein, Ziele und differenzierende und erfolgreiche Strategien zu definieren
- Vertraut werden mit der Terminologie und den Konzepten, die für den Bereich Management und Unternehmensführung spezifisch sind, um sie effektiv in klinisch-dentalen Unternehmen anzuwenden
- Die Schlüsselpunkte erfolgreicher Geschäftsmodelle führender Zahnkliniken zu entdecken und zu analysieren, um die Motivation, Inspiration und strategische Mentalität zukünftiger Manager zu steigern
- Das Wertversprechen der Zahnarztpraxis effektiv identifizieren und beschreiben, als solide Grundlage für die Erstellung einer anschließenden Marketing- und Verkaufsstrategie
- Die Validierungsmethode für die Erstellung und Innovation von Geschäftsmodellen, die in allen Geschäftsbereichen am häufigsten verwendet werden, mit praktischer und spezifischer Anwendung im Bereich der Zahnmedizin
- Beschreibung der Sprache, der Konzepte, der Instrumente und der Logik des Marketings als wichtige Geschäftsaktivität für das Wachstum und die Positionierung des klinisch-dentalen Geschäfts
- Vertiefung 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
- Marketing- und Kommunikationskampagnen entwerfen, die auf bestimmte Ziele ausgerichtet sind und deren Wirkung anhand von leicht zu interpretierenden Metriken gemessen werden kann
- Erwerb 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
- Die grundlegenden Konzepte des Personalmanagements erlernen, um Rekrutierungsprozesse zu leiten und die Talente des Teams, das die Zahnklinik ausmacht, zu schützen
- Aufgaben entsprechend der Rollendefinition zuweisen und so ein gesundes, ausgewogenes und produktives Arbeitsumfeld fördern
- Entwicklung einer effektiven Methode für Teammanagement, Entscheidungsfindung und Konfliktlösung auf der Grundlage des Modells der emotionalen Intelligenz und Techniken des *Organisationscoachings*
- Reflexion über die Eigenschaften der Führungspersönlichkeit in Organisationen und Stärkung der Führungskompetenzen für eine erfolgreiche Führung durch die Anwendung der neuesten Coaching- und emotionalen Intelligenztechniken
- Gestaltung von Arbeitsabläufen, die sich auf ein Modell für Produktivität und Qualität in der Zahnklinik konzentrieren, das auf der Philosophie der kontinuierlichen Verbesserung basiert
- Die Verwendung digitaler Tools, die die effiziente Planung und Verwaltung der Aufgaben der Zahnklinik erleichtern, führt kurzfristig zu erheblichen Kosteneinsparungen
- Anwendung von Instrumenten und Arbeitsverfahren, die für eine optimale Einkaufs- und Lagerverwaltung von Ressourcen unerlässlich sind, um einen unproduktiven Ausgabenfluss zu vermeiden
- Entwicklung von Verhandlungsgeschick für den Umgang mit Lieferanten, Kunden und dem Teammanagement mit dem Schwerpunkt auf *Win-Win*-Ergebnissen
- Die wichtigsten Finanzinstrumente beherrschen, um wichtige Entscheidungen auf der Grundlage objektiver Daten zu treffen
- Erwerb wichtiger Kenntnisse der Kostenanalyse, um die aktuelle Situation Ihres Unternehmens in Bezug auf die Rentabilität zu verstehen und Zukunftsszenarien definieren zu können
- Die wichtigsten Aufgaben und moralischen Verpflichtungen im Zusammenhang mit der Entwicklung des zahnärztlichen Berufsstandes im geschäftlichen Umfeld zu erläutern, wobei der Schwerpunkt auf der Behandlung des Patienten liegt

03

Kompetenzen

Wenn alle Inhalte studiert und die Ziele des Weiterbildenden Masterstudiengangs MBA in Management und Leitung von Zahnkliniken erreicht wurden, wird die Fachkraft über eine überlegene Kompetenz und Leistung in diesem Bereich verfügen. Ein umfassender Ansatz in einer Spezialisierung auf hohem Niveau, die den Unterschied macht.



“

Hervorragende Leistungen in jedem Beruf zu erzielen, erfordert Anstrengung und Ausdauer. Vor allem aber brauchen Sie die Unterstützung von Fachleuten, die Ihnen den nötigen Schwung geben, mit den nötigen Mitteln und der nötigen Unterstützung. Bei TECH stellen wir Ihnen alles zur Verfügung, was Sie brauchen"



Allgemeine Kompetenzen

- Beherrschung und Interpretation von Wissen, das dem Studenten die Möglichkeit bietet, bei der Entwicklung des Geschäftsmodells originell zu sein
- Techniken, Strategien und Problemlösungsfähigkeiten in neuen oder ungewohnten Umgebungen innerhalb multidisziplinärer Kontexte im klinisch-dentalen Bereich anwenden
- Analyse und Synthese durchführen und so ihre Entscheidungsfähigkeit im Bereich der Unternehmensführung verbessern
- Ihre Schlussfolgerungen klar und unmissverständlich kommunizieren

“

Unser Ziel ist ganz einfach: Ihnen eine qualitativ hochwertige Spezialisierung mit dem derzeit besten Lehrsystem zu bieten, damit Sie in Ihrem Beruf Spitzenleistungen erbringen können"





Spezifische Kompetenzen

- ♦ Die Rolle jedes einzelnen Teammitglieds innerhalb der Zahnarztpraxis definieren
- ♦ Angemessenes Management bestehender Strategien für die Anwerbung, Vergütung und Gewinnung von Talenten
- ♦ Die Modalitäten des Vertragsabschlusses wirksam anwenden, um die Gehaltsabrechnung zu verwalten und so eine korrekte Formalisierung der Vergütung der Mitglieder des Teams unserer Zahnklinik zu erreichen
- ♦ Festlegung von Handlungsprotokollen, die eine korrekte Durchführung von Aufgaben in der Zahnklinik ermöglichen, einschließlich Überwachungsinstrumenten zur Kontrolle und Bewertung der Anwendung dieser Protokolle
- ♦ Erstellung von Zufriedenheitsumfragen zur Entwicklung und Umsetzung von Verbesserungen, die sich an die Bedürfnisse der Patienten in der Zahnklinik anpassen
- ♦ Identifizieren der Kostenarten, die in einer Zahnklinik anfallen, um die Kosten/Stunde dafür zu berechnen und eine angemessene Preisgestaltung festzulegen
- ♦ Berechnen Sie die wichtigsten Rentabilitätskennzahlen eines Projekts zur Errichtung einer Zahnklinik
- ♦ Erkennen und antizipieren Sie neue Managementtrends im Bereich der Zahnkliniken
- ♦ Wissen, wie man die beste Geschäftsstrategie für die zu erreichenden Ziele entwickelt
- ♦ Wissen, wie man ein Arbeitsteam im klinisch-dentalen Bereich managt und leitet
- ♦ Organisation und Durchführung der Einkaufsfunktion in einer Klinik
- ♦ Definieren und bewerten Sie die Prozesse für die Auswahl von Lieferanten, die Beschaffung und die Lieferung und tragen Sie dazu bei, den Fluss von Materialien sicherzustellen, die für den ordnungsgemäßen Betrieb der Klinik erforderlich sind
- ♦ Kontrolle der Bestände auf effiziente Weise und somit die Verbesserung der Verwaltung des Anlagekapitals
- ♦ Verhandlungen auf intelligente und einfache Weise führen, um die günstigsten Bedingungen für die richtige Entfaltung der Zahnklinik zu erhalten
- ♦ Die Entwicklung des zahnärztlichen Berufsstandes auf einer ethischen und moralischen Grundlage

04

Kursleitung

Im Rahmen des Konzepts der Gesamtqualität dieser Universität ist TECH stolz darauf, einen Lehrkörper auf höchstem Niveau anbieten zu können, der aufgrund seiner nachgewiesenen Erfahrung im Bereich der Bildung ausgewählt wurde. Fachleute aus verschiedenen Bereichen und mit unterschiedlichen Kompetenzen, die ein komplettes multidisziplinäres Team bilden. Eine einzigartige Gelegenheit, von den Besten zu lernen.





“

Unsere Lehrkräfte stellen Ihnen ihre Erfahrung und ihre pädagogischen Fähigkeiten zur Verfügung, um Ihnen eine anregende und kreative Aktualisierung zu bieten"

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.



Dr. 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 können Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen.“

Leitung



Hr. Gil, Andrés

- ♦ Geschäftsführer, Klinik Pilar Roig Odontologie
- ♦ Mitgründer und CEO von MedicalDays
- ♦ Masterstudiengang in Unternehmensführung (Michigan State University)
- ♦ Diplom in Zahnmedizinischem Management und Klinischer Verwaltung (DentalDoctors Institute)
- ♦ Diplom in Kostenrechnung (Handelskammer von Valencia)
- ♦ Buchhaltungskurs. Zentrum für Finanzstudien
- ♦ Kurs über Führung und Teammanagement. César Piqueras
- ♦ Landwirtschaftsingenieur. Polytechnische Universität von Valencia



Hr. Guillot, Jaime

- ♦ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management. Polytechnische Universität von Valencia
- ♦ Spezialisierung auf die Industrie
- ♦ Mitgründer und Strategie-Direktor von Hikaru VR Agency
- ♦ Mitgründung und Geschäftsführer von Drone Spain
- ♦ 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)
- ♦ Ausbilder in Programmen für Führung und emotionales Management in Unternehmen

Professoren

Hr. Dolz, Juan Manuel

- ◆ Universitätskurs in Betriebswirtschaftslehre (Universität von Valencia)
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre und Management (Universität von Valencia)
- ◆ Professionelle Weiterbildung in Digitalem Marketing (Internet Startup Camp - UPV)
- ◆ Berater für die Digitalisierung von Unternehmen
- ◆ Umfassende Erfahrung in Start-ups
- ◆ Mitgründer und CTO, MedicalDays
- ◆ Mitgründer und COO, Drone Spain
- ◆ Mitgründer und COO, Hikaru VR Agency

Fr. Fortea Paricio, Anna

- ◆ Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften an der Universität von Valencia
- ◆ Professioneller Neurocoach
- ◆ Gründerin des European Leadership Center in Miami, USA
- ◆ Gründerin des Zentrums für Menschliche Höchstleistungen Anna Fortea in Valencia, Spanien
- ◆ Mitgründerin von Esex
- ◆ Präsidentin der INA (International Neurocoaching Association)
- ◆ Dozentin an mehreren spanischen Universitäten sowie an der UAC und der Humboldt University in Miami, USA
- ◆ Psychologie an der UOC und Neurowissenschaften an der UPenn, Universität von Pennsylvania, USA
- ◆ Zertifizierte CAC-Coach des Zentrums für Menschliche Höchstleistungen IESEC

Fr. González Benavent, María

- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaftslehre und Management Universität von Valencia
- ◆ Masterstudiengang in Neuromarketing für Verbraucher - Universität von Barcelona (UB)
- ◆ Masterstudiengang in Marketing und Marktforschung - Universität von Valencia
- ◆ Spezialistin für Marketing und Kommunikation
- ◆ Spezialistin für Trade marketing
- ◆ Spezialistin für internationale Logistik, Kommunikation und Kostenanalyse
- ◆ Programm für digitales Marketing und Webanalyse Google & IAB



*Ein hochrangiges Team
für eine Spezialisierung
auf höchstem Niveau"*

05

Struktur und Inhalt

Die Inhalte dieser Spezialisierung wurden von den verschiedenen Lehrkräften mit einem klaren Ziel entwickelt: sicherzustellen, dass unsere Studenten alle notwendigen Fähigkeiten erwerben, um echte Experten auf diesem Gebiet zu werden. Der Inhalt dieses Kurses wird es dem Studenten ermöglichen, alle Aspekte der verschiedenen Disziplinen in diesem Bereich kennenzulernen. Ein sehr vollständiges und gut strukturiertes Programm, das zu höchsten Qualitätsstandards und Erfolg führt.





“*Durch eine sehr gut aufgegliederte
Entwicklung werden Sie in der Lage sein,
auf das aktuellste Wissen zuzugreifen,
um beruflichen Erfolg zu erzielen*”

Modul 1. Führung, Ethik und CSR

- 1.1. Globalisierung und Führung
 - 1.1.1. Globalisierung und Trends: Internationalisierung der Märkte
 - 1.1.2. Wirtschaftliches Umfeld und Unternehmensführung
 - 1.1.3. *Accountability* oder Rechenschaftspflicht
- 1.2. Führungsrolle
 - 1.2.1. Interkulturelles Umfeld
 - 1.2.2. Führung und Unternehmensmanagement
 - 1.2.3. Aufgaben und Zuständigkeiten von Führungskräften
- 1.3. Wirtschaftsethik
 - 1.3.1. Ethik und Integrität
 - 1.3.2. Ethisches Verhalten in der Wirtschaft
 - 1.3.3. Deontologie, Ethik- und Verhaltenskodizes
 - 1.3.4. Prävention von Betrug und Korruption
- 1.4. Nachhaltigkeit
 - 1.4.1. Unternehmen und nachhaltige Entwicklung
 - 1.4.2. Soziale, ökologische und wirtschaftliche Auswirkungen
 - 1.4.3. Agenda 2030 und SDGs
- 1.5. Soziale Verantwortung des Unternehmens
 - 1.5.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen
 - 1.5.2. Rollen und Verantwortlichkeiten
 - 1.5.3. Umsetzung der sozialen Verantwortung der Unternehmen

Modul 2. Strategisches *Management* und Unternehmensführung

- 2.1. Organisatorische Analyse und Gestaltung
 - 2.1.1. Organisatorische Kultur
 - 2.1.2. Organisatorische Analyse
 - 2.1.3. Gestaltung der Organisationsstruktur
- 2.2. Unternehmensstrategie
 - 2.2.1. Strategie auf Unternehmensebene
 - 2.2.2. Typologien von Strategien auf Unternehmensebene
 - 2.2.3. Festlegung der Unternehmensstrategie
 - 2.2.4. Unternehmensstrategie und Ansehen
- 2.3. Strategische Planung und Formulierung
 - 2.3.1. Strategisches Denken
 - 2.3.2. Strategische Planung und Formulierung
 - 2.3.3. Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie
- 2.4. Strategische Modelle und Muster
 - 2.4.1. Wohlstand, Wert und Rentabilität von Investitionen
 - 2.4.2. Unternehmensstrategie: Methoden
 - 2.4.3. Wachstum und Konsolidierung der Unternehmensstrategie
- 2.5. Strategisches Management
 - 2.5.1. Auftrag, Vision und strategische Werte
 - 2.5.2. *Ausgewogene Wertungsliste/Handbuch*
 - 2.5.3. Analyse, Kontrolle und Bewertung der Unternehmensstrategie
 - 2.5.4. Strategisches Management und *Berichterstattung*
- 2.6. Strategische Umsetzung und Durchführung
 - 2.6.1. Strategische Umsetzung: Ziele, Maßnahmen und Auswirkungen
 - 2.6.2. Kontrolle und strategische Ausrichtung
 - 2.6.3. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung
- 2.7. Geschäftsleitung
 - 2.7.1. Integration von funktionalen Strategien in globale Unternehmensstrategien
 - 2.7.2. Management-Politik und -Prozesse
 - 2.7.3. *Wissensmanagement*
- 2.8. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
 - 2.8.1. Methodik der Problemlösung
 - 2.8.2. Fallmethode
 - 2.8.3. Positionierung und Entscheidungsfindung



Modul 3. Personal- und Talentmanagement

- 3.1. Organisatorisches Verhalten
 - 3.1.1. Organisationstheorie
 - 3.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
 - 3.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement
- 3.2. Strategisches Management von Menschen
 - 3.2.1. Arbeitsplatzgestaltung, Einstellung und Auswahl
 - 3.2.2. Strategischer Personalplan: Entwurf und Umsetzung
 - 3.2.3. Arbeitsplatzanalyse; Gestaltung und Auswahl von Mitarbeitern
 - 3.2.4. Schulung und berufliche Entwicklung
- 3.3. Managemententwicklung und Führung
 - 3.3.1. Managementfähigkeiten: Kompetenzen und Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts
 - 3.3.2. Nicht-managerielle Fähigkeiten
 - 3.3.3. Karte der Kompetenzen und Fertigkeiten
 - 3.3.4. Führung und Personalmanagement
- 3.4. Änderungsmanagement
 - 3.4.1. Leistungsanalyse
 - 3.4.2. Strategisches Denken
 - 3.4.3. Change Management: Schlüsselfaktoren, Prozessgestaltung und -management
 - 3.4.4. Ansatz zur kontinuierlichen Verbesserung
- 3.5. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement
 - 3.5.1. Verhandlungsziele: differenzierende Elemente
 - 3.5.2. Wirksame Verhandlungstechniken
 - 3.5.3. Konflikte: Faktoren und Typologien
 - 3.5.4. Effizientes Konfliktmanagement: Verhandlung und Kommunikation
- 3.6. Kommunikation der Führungskräfte
 - 3.6.1. Leistungsanalyse
 - 3.6.2. Den Wandel leiten. Widerstand gegen Veränderungen
 - 3.6.3. Management von Veränderungsprozessen
 - 3.6.4. Leitung multikultureller Teams
- 3.7. Teammanagement und Mitarbeiterleistung
 - 3.7.1. Multikulturelles und multidisziplinäres Umfeld
 - 3.7.2. Team- und Personalmanagement
 - 3.7.3. *Coaching* und menschliche Leistung
 - 3.7.4. Managementsitzungen: Planung und Zeitmanagement

- 3.8. Wissens- und Talentmanagement
 - 3.8.1. Identifizierung von Wissen und Talent in Organisationen
 - 3.8.2. Modelle für das Wissens- und Talentmanagement in Unternehmen
 - 3.8.3. Kreativität und Innovation

Modul 4. Wirtschaftlich-finanzielle Verwaltung

- 4.1. Wirtschaftliches Umfeld
 - 4.1.1. Organisationstheorie
 - 4.1.2. Schlüsselfaktoren für den Wandel in Organisationen
 - 4.1.3. Unternehmensstrategien, Typologien und Wissensmanagement
- 4.2. Buchhaltung
 - 4.2.1. Internationaler Rechnungslegungsrahmen
 - 4.2.2. Einführung in den Buchhaltungszyklus
 - 4.2.3. Jahresabschlüsse von Unternehmen
 - 4.2.4. Analyse von Rechnungsabschlüssen: Entscheidungsfindung
- 4.3. Haushalts- und Verwaltungskontrolle
 - 4.3.1. Haushaltsplanung
 - 4.3.2. Managementkontrolle: Aufbau und Ziele
 - 4.3.3. Beaufsichtigung und *Berichterstattung*
- 4.4. Steuerliche Verantwortung der Unternehmen
 - 4.4.1. Steuerliche Verantwortung der Gesellschaften
 - 4.4.2. Steuerverfahren: ein Fall-Länder-Ansatz
- 4.5. Systeme der Unternehmenskontrolle
 - 4.5.1. Arten der Kontrolle
 - 4.5.2. Einhaltung der Vorschriften/*Compliance*
 - 4.5.3. Interne Prüfung
 - 4.5.4. Externe Prüfung
- 4.6. Finanzmanagement
 - 4.6.1. Einführung in das Finanzmanagement
 - 4.6.2. Finanzmanagement und Unternehmensstrategie
 - 4.6.3. Finanzvorstand oder *Chief Financial Officer (CFO)*: *Richtlinienkompetenzen*



- 4.7. Finanzielle Planung
 - 4.7.1. Geschäftsmodelle und Finanzierungsbedarf
 - 4.7.2. Instrumente zur Finanzanalyse
 - 4.7.3. Kurzfristige Finanzplanung
 - 4.7.4. Langfristige Finanzplanung
- 4.8. Finanzielle Unternehmensstrategie
 - 4.8.1. Finanzielle Investitionen von Unternehmen
 - 4.8.2. Strategisches Wachstum: Typologien
- 4.9. Makroökonomischer Kontext
 - 4.9.1. Makroökonomische Analyse
 - 4.9.2. Kurzfristige Indikatoren
 - 4.9.3. Wirtschaftskreislauf
- 4.10. Strategische Finanzierungen
 - 4.10.1. Bankgeschäft: Aktuelles Umfeld
 - 4.10.2. Risikoanalyse und -management
- 4.11. Geld- und Kapitalmärkte
 - 4.11.1. Festverzinslicher Markt
 - 4.11.2. Aktienmarkt
 - 4.11.3. Bewertung des Unternehmens
- 4.12. Analyse und Lösung von Fällen/Problemen
 - 4.12.1. Methodik der Problemlösung
 - 4.12.2. Fallmethode

Modul 5. Betriebs- und Logistikmanagement

- 5.1. Verwaltung der Operationen
 - 5.1.1. Definieren Sie die operative Strategie
 - 5.1.2. Planung und Kontrolle der Lieferkette
 - 5.1.3. Indikatorensysteme
- 5.2. Verwaltung der Einkäufe
 - 5.2.1. Verwaltung der Bestände
 - 5.2.2. Lagerverwaltung
 - 5.2.3. Einkauf und Beschaffungsmanagement

- 5.3. *Supply chain management (I)*
 - 5.3.1. Kosten und Effizienz der Betriebskette
 - 5.3.2. Veränderte Nachfragemuster
 - 5.3.3. Änderung der Betriebsstrategie
- 5.4. *Supply chain management (II). Umsetzung*
 - 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
 - 5.4.2. Logistik-Management
 - 5.4.3. Einkauf
- 5.5. Logistische Prozesse
 - 5.5.1. Organisation und Verwaltung durch Prozesse
 - 5.5.2. Beschaffung, Produktion, Vertrieb
 - 5.5.3. Qualität, Qualitätskosten und Instrumente
 - 5.5.4. Service nach dem Verkauf
- 5.6. Logistik und Kunden
 - 5.6.1. Bedarfsanalyse und -prognose
 - 5.6.2. Absatzprognose und -planung
 - 5.6.3. *Kollaborative Planung, Vorhersage und Ersatz*
- 5.7. Internationale Logistik
 - 5.7.1. Zoll-, Ausfuhr- und Einfuhrverfahren
 - 5.7.2. Formen und Mittel des internationalen Zahlungsverkehrs
 - 5.7.3. Internationale Logistikplattformen
- 5.8. Konkurrieren aus dem Betriebsablauf
 - 5.8.1. Innovation im Betriebsablauf als Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen
 - 5.8.2. Aufstrebende Technologien und Wissenschaften
 - 5.8.3. Informationssysteme im Betriebsablauf

Modul 6. Verwaltung von Informationssystemen

- 6.1. Verwaltung von Informationssystemen
 - 6.1.1. Wirtschaftsinformatik
 - 6.1.2. Strategische Entscheidungen
 - 6.1.3. Rolle des CIO
- 6.2. Informationstechnologie und Unternehmensstrategie
 - 6.2.1. Unternehmens und Branchenanalyse
 - 6.2.2. Internetbasierte Geschäftsmodelle
 - 6.2.3. Der Wert der IT im Unternehmen
- 6.3. Strategische IS-Planung
 - 6.3.1. Der strategische Planungsprozess
 - 6.3.2. Formulierung der IS-Strategie
 - 6.3.3. Plan zur Umsetzung der Strategie
- 6.4. Informationssysteme und *Business Intelligence*
 - 6.4.1. CRM und Business Intelligence
 - 6.4.2. *Business Intelligence* Projektmanagement
 - 6.4.3. *Business Intelligence* Architektur
- 6.5. Neue IKT-basierte Geschäftsmodelle
 - 6.5.1. Technologiebasierte Geschäftsmodelle
 - 6.5.2. Fähigkeiten zur Innovation
 - 6.5.3. Neugestaltung der Prozesse in der Wertschöpfungskette
- 6.6. Elektronischer Geschäftsverkehr
 - 6.6.1. Strategieplan für elektronischen Geschäftsverkehr
 - 6.6.2. Logistikmanagement und Kundendienst im elektronischen Handel
 - 6.6.3. E-Commerce als Potential für die Internationalisierung
- 6.7. *E-Business*-Strategien
 - 6.7.1. Strategien für *Social Media*
 - 6.7.2. Optimierung des Kundendienstes und der Supportkanäle
 - 6.7.3. Digitale Regulierung
- 6.8. Digitales Geschäft
 - 6.8.1. *Mobiler e-Commerce*
 - 6.8.2. Design und Benutzerfreundlichkeit
 - 6.8.3. E-Commerce-Aktivitäten

Modul 7. Kaufmännisches Management, Marketing und Unternehmenskommunikation

- 7.1. Kommerzielles Management
 - 7.1.1. Vertriebsmanagement
 - 7.1.2. Kommerzielle Strategie
 - 7.1.3. Verkaufs- und Verhandlungstechniken
 - 7.1.4. Leitung des Verkaufsteams
- 7.2. Strategisches Marketing-Management
 - 7.2.1. Quellen der Innovation
 - 7.2.2. Aktuelle Trends im Marketing
 - 7.2.3. Marketinginstrumente
 - 7.2.4. Marketingstrategie und Kundenkommunikation
- 7.3. Digitale Marketingstrategie
 - 7.3.1. Ansatz für digitales Marketing
 - 7.3.2. Digitale Marketing-Tools
 - 7.3.3. Inbound Marketing und die Entwicklung des digitalen Marketings
- 7.4. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie
 - 7.4.1. Positionierung und Förderung
 - 7.4.2. Öffentlichkeitsarbeit
 - 7.4.3. Verkaufs- und Kommunikationsstrategie
- 7.5. Unternehmenskommunikation
 - 7.5.1. Interne und externe Kommunikation
 - 7.5.2. Abteilungen für Kommunikation
 - 7.5.3. Kommunikationsmanager (DIRCOM): Managementkompetenzen und Verantwortlichkeiten
- 7.6. Strategie der Unternehmenskommunikation
 - 7.6.1. Strategie der Unternehmenskommunikation
 - 7.6.2. Kommunikationsplan
 - 7.6.3. Pressemitteilung/*Clipping*/*Publicity* schreiben



Modul 8. Innovation und Projektleitung

- 8.1. Innovation
 - 8.1.1. Konzeptioneller Rahmen der Innovation
 - 8.1.2. Typologien der Innovation
 - 8.1.3. Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation
 - 8.1.4. Schulung und Innovation
- 8.2. Innovationsstrategie
 - 8.2.1. Innovation und Unternehmensstrategie
 - 8.2.2. Globales Innovationsprojekt: Konzeption und Management
 - 8.2.3. Innovations-Workshops
- 8.3. Entwurf und Validierung des Geschäftsmodells
 - 8.3.1. *Lean-Startup*-Methodik
 - 8.3.2. Innovative Unternehmensinitiative: Phasen
 - 8.3.3. Modalitäten der Finanzierung
 - 8.3.4. Instrumente des Modells: Empathiekarte, Canvas-Modell und Metriken
 - 8.3.5. Wachstum und Loyalität
- 8.4. Projektleitung und -management
 - 8.4.1. Innovationsmöglichkeiten
 - 8.4.2. Durchführbarkeitsstudie und Konkretisierung der Vorschläge
 - 8.4.3. Definition und Konzeption von Projekten
 - 8.4.4. Durchführung des Projekts
 - 8.4.5. Abschluss des Projekts

Modul 9. Säulen des Managements einer Zahnklinik

- 9.1. Einführung in das Management einer Zahnklinik
 - 9.1.1. Konzept des Managements
 - 9.1.2. Zweck der Verwaltung
- 9.2. Die unternehmerische Vision der Zahnklinik
 - 9.2.1. Definition des Unternehmens: Ansatz der Zahnklinik als Dienstleistungsunternehmen
 - 9.2.2. Elemente des Unternehmens, wie sie in Zahnkliniken angewendet werden
- 9.3. Die Figur des Managers
 - 9.3.1. Beschreibung der Führungsposition in Zahnkliniken
 - 9.3.2. Die Aufgaben des Managers

- 9.4. Formen der Unternehmensorganisation
 - 9.4.1. Der Eigentümer
 - 9.4.2. Die juristische Person als Inhaber einer Zahnarztpraxis
- 9.5. Kenntnisse des klinisch-dentalen Sektors
- 9.6. Terminologie und Schlüsselkonzepte des Managements und der Unternehmensführung
- 9.7. Aktuelle erfolgreiche Modelle von Zahnkliniken

Modul 10. Die Gestaltung Ihrer Zahnklinik

- 10.1. Einführung und Ziele
- 10.2. Aktuelle Situation des klinisch-dentalen Sektors
 - 10.2.1. Nationale Ebene
 - 10.2.2. Internationale Ebene
- 10.3. Die Entwicklung des klinisch-dentalen Sektors und seine Trends
 - 10.3.1. Nationale Ebene
 - 10.3.2. Internationale Ebene
- 10.4. Wettbewerbsanalyse
 - 10.4.1. Preisanalyse
 - 10.4.2. Analyse der Differenzierung
- 10.5. DAFO-Analyse
- 10.6. Wie gestalten Sie das Canvas-Modell für Ihre Zahnklinik?
 - 10.6.1. Kundensegment
 - 10.6.2. Bedürfnisse
 - 10.6.3. Lösungen
 - 10.6.4. Kanäle
 - 10.6.5. Nutzenversprechen
 - 10.6.6. Struktur der Einnahmen
 - 10.6.7. Kostenstruktur
 - 10.6.8. Wettbewerbsvorteile
 - 10.6.9. Wichtige Metriken
- 10.7. Methode zur Validierung Ihres Geschäftsmodells: *Lean Startup*-Zyklus
 - 10.7.1. Fall 1: Validierung Ihres Modells in der Erstellungsphase
 - 10.7.2. Fall 2: Anwendung der Methode, um Ihr aktuelles Modell zu erneuern
- 10.8. Die Bedeutung der Validierung und Verbesserung des Geschäftsmodells Ihrer Zahnklinik
- 10.9. Wie definieren Sie das Wertversprechen Ihrer Zahnklinik?



- 10.10. Auftrag, Vision und Werte
 - 10.10.1. Mission
 - 10.10.2. Vision
 - 10.10.3. Werte
- 10.11. Definition des Zielpatienten
- 10.12. Optimaler Standort meiner Klinik
 - 10.12.1. Anlagenlayout
- 10.13. Optimale Personalstärke
- 10.14. Die Bedeutung eines Rekrutierungsmodells im Einklang mit der festgelegten Strategie
- 10.15. Schlüssel zur Festlegung der Preispolitik
- 10.16. Externe Finanzierung vs. Interne Finanzierung
- 10.17. Analyse der Strategie eines erfolgreichen Falles in einer Zahnklinik

Modul 11. Einführung in das Marketing

- 11.1. Die wichtigsten Grundlagen des Marketings
 - 11.1.1. Grundlegende Marketingvariablen
 - 11.1.2. Entwicklung des Marketingkonzepts
 - 11.1.3. Marketing als Tauschsystem
- 11.2. Neue Trends im Marketing
 - 11.2.1. Entwicklung und Zukunft des Marketings
- 11.3. Emotionale Intelligenz im Marketing
 - 11.3.1. Was ist emotionale Intelligenz?
 - 11.3.2. Wie können Sie emotionale Intelligenz in Ihrer Marketingstrategie einsetzen?
- 11.4. Soziales Marketing und soziale Verantwortung der Unternehmen
- 11.5. Internes Marketing
 - 11.5.1. Traditionelles Marketing (Marketing-Mix)
 - 11.5.2. Empfehlungsmarketing
 - 11.5.3. Content Marketing
- 11.6. Externes Marketing
 - 11.6.1. Operatives Marketing
 - 11.6.2. Strategisches Marketing
 - 11.6.3. *Inbound Marketing*
 - 11.6.4. *E-Mail-Marketing*
 - 11.6.5. Influencer Marketing

- 11.7. Internes Marketing vs. externes Marketing
- 11.8. Techniken zur Patientenbindung
 - 11.8.1. Die Bedeutung der Patiententreue
 - 11.8.2. Digitale Tools für die Patientenbindung

Modul 12. Marketing 2.0

- 12.1. Die Bedeutung von Branding für die Differenzierung
 - 12.1.1. Visuelle Identität
 - 12.1.2. Die Phasen des *Branding*
 - 12.1.3. *Branding* als Differenzierungsstrategie
 - 12.1.4. *Jung's* Archetypen, um Ihrer Marke Persönlichkeit zu verleihen
- 12.2. Die Website und der Corporate Blog der Zahnklinik
 - 12.2.1. Die Schlüssel zu einer effektiven und funktionalen Website
 - 12.2.2. Wahl des Tonfalls der Kommunikationskanäle
 - 12.2.3. Vorteile eines Corporate Blogs
- 12.3. Effektive Nutzung der sozialen Medien
 - 12.3.1. Die Bedeutung einer Strategie für soziale Medien
 - 12.3.2. Automatisierungstools für soziale Medien
- 12.4. Verwendung von Instant Messaging
 - 12.4.1. Die Bedeutung der direkten Kommunikation mit Ihren Patienten
 - 12.4.2. Kanal für personalisierte Werbeaktionen oder Massennachrichten
- 12.5. Die Bedeutung des transmedialen Geschichtenerzählens in der Kommunikation 2.0
- 12.6. Wie erstellt man Datenbanken durch Kommunikation?
- 12.7. Google Analytics zur Messung der Wirkung Ihrer 2.0-Kommunikation
- 12.8. Analyse der Situation
 - 12.8.1. Analyse der externen Situation
 - 12.8.2. Analyse der internen Situation
- 12.9. Festlegung der Ziele
 - 12.9.1. Wichtige Punkte bei der Zielsetzung
- 12.10. Wahl der Strategien
 - 12.10.1. Arten von Strategien
- 12.11. Aktionsplan

- 12.12. Budgets
 - 12.12.1. Zuweisung von Finanzmitteln
 - 12.12.2. Leistungsprognose
- 12.13. Methoden zur Kontrolle und Überwachung

Modul 13. Der Wert des Humankapitals

- 13.1. Einführung in das Personalmanagement
- 13.2. Unternehmenskultur und Arbeitsklima
- 13.3. Das Team
 - 13.3.1. Das zahnärztliche Team
 - 13.3.2. Das Hilfsteam
 - 13.3.3. Verwaltung und Management
- 13.4. Organigramm in unserer Zahnklinik
 - 13.4.1. Organigramm der Klinik: Hierarchie
 - 13.4.2. Beschreibung der Abteilungen im Organigramm
 - 13.4.3. Stellenbeschreibungen für jede Abteilung
 - 13.4.4. Zuweisung von Aufgaben für jeden Posten
 - 13.4.5. Koordinierung der Abteilungen
- 13.5. Einführung in das Arbeits- und Personalmanagement
- 13.6. Strategien für die Einbindung von Humankapital
 - 13.6.1. Strategie der Personalauswahl
 - 13.6.2. Anwerbsstrategie
- 13.7. Vergütungspolitik
 - 13.7.1. Feste Vergütung
 - 13.7.2. Variable Vergütung
- 13.8. Strategie zur Bindung von Talenten
 - 13.8.1. Was bedeutet Talentbindung?
 - 13.8.2. Vorteile der Bindung von Talenten in einer Zahnklinik
 - 13.8.3. Wege zur Bindung von Talenten
- 13.9. Strategie zur Verwaltung der Abwesenheit
 - 13.9.1. Die Bedeutung der Abwesenheitsplanung
 - 13.9.2. Wege zur Verwaltung der Arbeitsausfälle in einer Zahnklinik





- 13.10. Das Arbeitsverhältnis
 - 13.10.1. Der Arbeitsvertrag
 - 13.10.2. Arbeitszeit
- 13.11. Modalitäten der Einstellung
 - 13.11.1. Arten und Modalitäten von Arbeitsverträgen
 - 13.11.2. Wesentliche Änderungen des Arbeitsvertrags
 - 13.11.3. Ineffizienz, Aussetzung und Beendigung des Arbeitsvertrags
- 13.12. Verwaltung der Gehaltsabrechnung
 - 13.12.1. Verwalter: der intelligente Verbündete des Zahnarztes
 - 13.12.2. Sozialversicherungsbeiträge
 - 13.12.3. Einbehaltung der persönlichen Einkommensteuer
- 13.13. Gesetzliche Bestimmungen
 - 13.13.1. Das System der Sozialversicherung
 - 13.13.2. Systeme der Sozialversicherung
 - 13.13.3. Anmeldung und Abmeldung

Modul 14. Team-Management

- 14.1. Was ist persönliche Führung?
- 14.2. Die Bedeutung der Anwendung der 33%-Regel
- 14.3. Vorteile der Einführung einer Führungskultur in der Zahnklinik
- 14.4. Welche Art von Führung ist für die Leitung Ihrer Zahnklinik am besten geeignet?
 - 14.4.1. Autokratische Führung
 - 14.4.2. Führen durch Zielsetzung
 - 14.4.3. Wertebasierte Führung
- 14.5. Persönliche Führungsqualitäten
 - 14.5.1. Strategisches Denken
 - 14.5.2. Die Bedeutung der Vision der Führungspersönlichkeit
 - 14.5.3. Wie kann ich eine gesunde selbstkritische Haltung entwickeln?
- 14.6. Zwischenmenschliche Führungsqualitäten
 - 14.6.1. Selbstbewusste Kommunikation
 - 14.6.2. Die Fähigkeit zu delegieren
 - 14.6.3. *Feedback* geben und empfangen

- 14.7. Emotionale Intelligenz in der Konfliktlösung
 - 14.7.1. Die grundlegenden Emotionen für die Aktion erkennen
 - 14.7.2. Die Bedeutung des aktiven Zuhörens
 - 14.7.3. Einfühlungsvermögen als persönliche Schlüsselqualifikation
 - 14.7.4. Wie Sie emotionales Hijacking erkennen
 - 14.7.5. Wie erreicht man "Win-Win"-Vereinbarungen?
- 14.8. Die Vorteile der Technik der Organisationsaufstellung
- 14.9. Motivierende Techniken zur Bindung von Talenten
 - 14.9.1. Die Anerkennung
 - 14.9.2. Zuweisung von Verantwortlichkeiten
 - 14.9.3. Betriebliche Gesundheitsförderung
 - 14.9.4. Anreize bieten
- 14.10. Die Bedeutung der Leistungsbeurteilung

Modul 15. Qualitäts- und Zeitmanagement in der Zahnklinik

- 15.1. Qualität bei den angebotenen Behandlungen
 - 15.1.1. Definition von Qualität in der Zahnmedizin
 - 15.1.2. Standardisierung der Prozesse in der Zahnklinik
- 15.2. Grundsätze des Qualitätsmanagements
 - 15.2.1. Was ist ein Qualitätsmanagementsystem?
 - 15.2.2. Vorteile für die Organisation
- 15.3. Qualität der Aufgabenerfüllung
 - 15.3.1. Protokolle: Definition
 - 15.3.2. Protokolle: Ziele ihrer Umsetzung
 - 15.3.3. Protokolle: Vorteile ihrer Umsetzung
 - 15.3.4. Praktisches Beispiel: Protokoll des ersten Besuchs
- 15.4. Tools für die Überwachung und Überprüfung von Protokollen
- 15.5. Kontinuierliche Verbesserung in Zahnkliniken
 - 15.5.1. Was ist kontinuierliche Verbesserung?
 - 15.5.2. Phase 1: Beratung
 - 15.5.3. Phase 2: Lernen
 - 15.5.4. Phase 3: Nachfolge



- 15.6. Qualität in der Patientenzufriedenheit
 - 15.6.1. Zufriedenheitsumfragen
 - 15.6.2. Durchführung der Zufriedenheitsumfrage
 - 15.6.3. Berichte zur Verbesserung
- 15.7. Praktische Fälle von Qualität in der Zahnklinik
 - 15.7.1. Fallstudie 1: Protokoll für das Notfallmanagement
 - 15.7.2. Fallstudie 2: Vorbereitung einer Zufriedenheitsumfrage
- 15.8. Management von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz in einer Zahnklinik
 - 15.8.1. Die Bedeutung der Definition der Hauptaufgaben in der Zahnklinik
 - 15.8.2. Produktivitätsmethode "eine Aufgabe, ein Verantwortlicher"
 - 15.8.3. Digitale Aufgabenmanager
- 15.9. Standardisierung der Zeit bei zahnärztlichen Behandlungen
 - 15.9.1. Die Bedeutung der Erfassung von Zeitdaten
 - 15.9.2. Wie Sie die Zeitstandardisierung dokumentieren
- 15.10. Forschungsmethodik zur Optimierung von Qualitätsprozessen
- 15.11. Beschreibung des Qualitätsmanagementmodells für zahnärztliche Dienstleistungen
- 15.12. Die Gesundheitsprüfung: Phasen

Modul 16. Einkauf und Lagerverwaltung

- 16.1. Die Bedeutung einer guten Einkaufsplanung
- 16.2. Verantwortlichkeiten der Einkaufsfunktion in einer Zahnklinik
- 16.3. Effiziente Lagerverwaltung
 - 16.3.1. Lagerhaltungskosten
 - 16.3.2. Sicherheitsinventar
 - 16.3.3. Register für Materialeingabe und -ausgabe
- 16.4. Etappen des Beschaffungsprozesses
 - 16.4.1. Nach Informationen suchen und Alternativen erwägen
 - 16.4.2. Bewertung und Entscheidungsfindung
 - 16.4.3. Nachbereitung und Überwachung
- 16.5. Wege zur Implementierung von Konten und Kontenverwaltung
 - 16.5.1. Die Art der Bestellung an unsere Bedürfnisse anpassen
 - 16.5.2. Risikomanagement

- 16.6. Beziehung zum Lieferanten
 - 16.6.1. Arten von Beziehungen
 - 16.6.2. Zahlungspolitik
- 16.7. Verhandlung im Einkauf
 - 16.7.1. Erforderliche Kenntnisse und Fähigkeiten
 - 16.7.2. Etappen des Verhandlungsprozesses
 - 16.7.3. Tipps für eine erfolgreiche Verhandlung
- 16.8. Qualität im Einkauf
 - 16.8.1. Vorteile für die Klinik als Ganzes
 - 16.8.2. Messparameter
- 16.9. Effizienz-Indikatoren
- 16.10. Neue Trends im Einkaufsmanagement

Modul 17. Kosten und Finanzen für Zahnkliniken

- 17.1. Grundlegende Prinzipien der Wirtschaft
- 17.2. Die Bilanz
 - 17.2.1. Zusammensetzung der Bilanz
 - 17.2.2. Vermögenswerte
 - 17.2.3. Verbindlichkeiten
 - 17.2.4. Nettovermögen
 - 17.2.5. Interpretation von Bilanzen
- 17.3. Die Gewinn- und Verlustrechnung
 - 17.3.1. Zusammensetzung der Gewinn- und Verlustrechnung
 - 17.3.2. Interpretation der Gewinn- und Verlustrechnung
- 17.4. Einführung in die Kostenrechnung
- 17.5. Vorteile der Anwendung
- 17.6. Fixkosten in der Zahnklinik
 - 17.6.1. Definition der Fixkosten
 - 17.6.2. Fixkosten einer typischen Zahnklinik
 - 17.6.3. Kosten/Stunde des Praktikers
- 17.7. Variable Kosten in der Zahnklinik
 - 17.7.1. Definition der variablen Kosten
 - 17.7.2. Variable Kosten einer typischen Zahnklinik

- 17.8. Kosten/Stunde in einer Zahnklinik
- 17.9. Behandlungskosten
- 17.10. Gewinn aus der Behandlung
- 17.11. Strategie zum *Pricing*
- 17.12. Einführung in die Finanzanalyse
- 17.13. Rechnungen und andere Zahlungsdokumente
 - 17.13.1. Die Rechnung: Bedeutung und Mindestinhalt
 - 17.13.2. Andere Zahlungsdokumente
- 17.14. Inkasso und Zahlungsmanagement
 - 17.14.1. Administrative Organisation
 - 17.14.2. Die Verwaltung von Einnahmen und Zahlungen
 - 17.14.3. Das Budget der Kasse
 - 17.14.4. ABC-Patientenanalyse
 - 17.14.5. Uneinbringliche Forderungen
- 17.15. Modalitäten der externen Finanzierung
 - 17.15.1. Bankfinanzierung
 - 17.15.2. *Leasing* (Finanzierungsleasing)
 - 17.15.3. Unterschiede zwischen *Leasing* und *Renting*
 - 17.15.4. Abzug von bargeldlosen Zahlungsmitteln
- 17.16. Liquiditätsanalyse für Ihre Klinik
- 17.17. Analyse der Rentabilität Ihrer Klinik
- 17.18. Analyse der Verschuldung

“

*Eine vollständige Spezialisierung,
die Ihnen das Wissen vermittelt,
das Sie brauchen, um mit den
Besten zu konkurrieren"*





Modul 18. Zahnärztliche Ethik

- 18.1. Grundlegende Konzepte
 - 18.1.1. Definition und Ziele
 - 18.1.2. Umfang der Anwendung
 - 18.1.3. Klinischer Akt
 - 18.1.4. Der Zahnarzt
- 18.2. Allgemeine Grundsätze
 - 18.2.1. Grundsatz der Gleichheit der Patienten
 - 18.2.2. Vorrang der Interessen des Patienten
 - 18.2.3. Berufliche Pflichten des Zahnarztes
- 18.3. Pflege von Patienten
 - 18.3.1. Der Umgang mit dem Patienten
 - 18.3.2. Der minderjährige Patient
 - 18.3.3. Freiheit bei der Wahl des Arztes
 - 18.3.4. Freiheit der Annahme und Ablehnung von Patienten
- 18.4. Die Krankenakte
- 18.5. Informationen für Patienten
 - 18.5.1. Das Recht des Patienten auf klinische Informationen
 - 18.5.2. Zustimmung nach Inkenntnissetzung
 - 18.5.3. Klinische Berichte
- 18.6. Berufsgeheimnis
 - 18.6.1. Konzept und Inhalt
 - 18.6.2. Ausmaß der Verpflichtung
 - 18.6.3. Ausnahmen vom Berufsgeheimnis
 - 18.6.4. Computer-Dateien
- 18.7. Werbung
 - 18.7.1. Grundvoraussetzungen für professionelle Werbung
 - 18.7.2. Erwähnung von Titeln
 - 18.7.3. Professionelle Werbung
 - 18.7.4. Aktionen mit möglicher Öffentlichkeitswirkung

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.





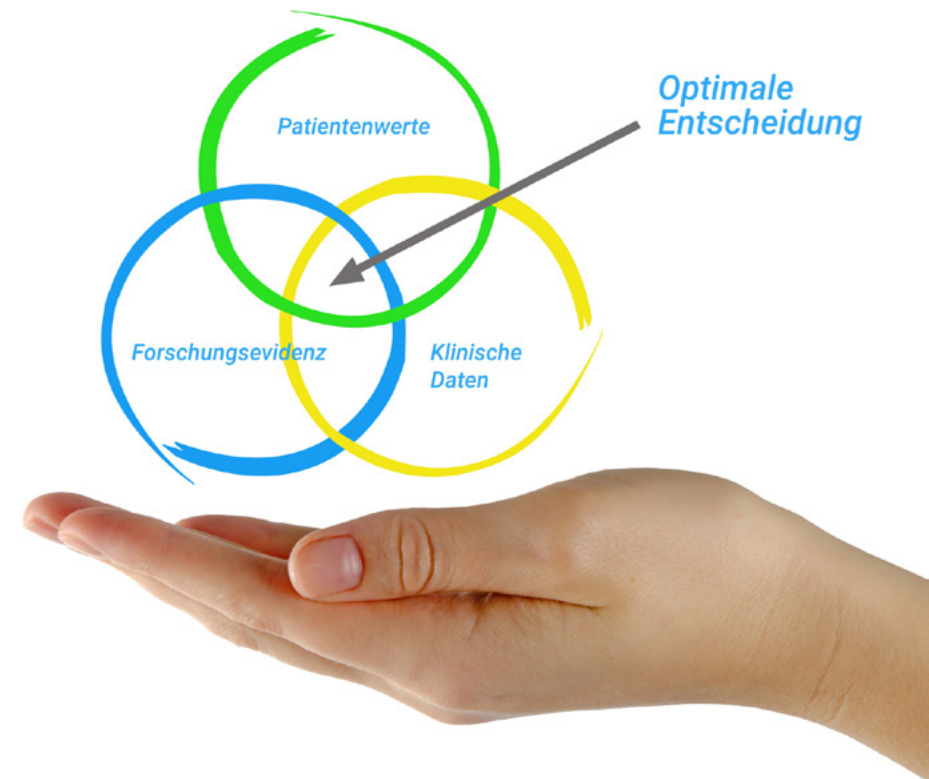
“

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"

Bei TECH verwenden wir die Fallmethode

Was sollte ein Fachmann in einer bestimmten klinischen Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten klinischen Fällen konfrontiert, die auf realen Patienten basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode. Fachkräfte lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt.



Nach Dr. Gérvas ist der klinische Fall die kommentierte Darstellung eines Patienten oder einer Gruppe von Patienten, die zu einem "Fall" wird, einem Beispiel oder Modell, das eine besondere klinische Komponente veranschaulicht, sei es wegen seiner Lehrkraft oder wegen seiner Einzigartigkeit oder Seltenheit. Es ist wichtig, dass der Fall auf dem aktuellen Berufsleben basiert und versucht, die tatsächlichen Bedingungen in der beruflichen Praxis des Zahnarztes nachzubilden.

“

Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt”

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Zahnärzte, die diese Methode anwenden, lernen nicht nur, sich Konzepte anzueignen, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studierenden ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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



Der Zahnarzt lernt durch reale Fälle und die Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.

Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methode wurden mehr als 115.000 Zahnärzte mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachgebieten ausgebildet, unabhängig von der chirurgischen Belastung. Unsere Lehrmethodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft, die ein hohes sozioökonomisches Profil und ein Durchschnittsalter von 43,5 Jahren aufweist.

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

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.

Die Gesamtnote des TECH-Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



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.



Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt den Studierenden die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die modernsten zahnmedizinische Verfahren näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Strenge, erklärt und detailliert, um zur Assimilierung und zum Verständnis des Studierenden beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie ihn so oft anschauen können, wie Sie wollen.



Interaktive Zusammenfassungen

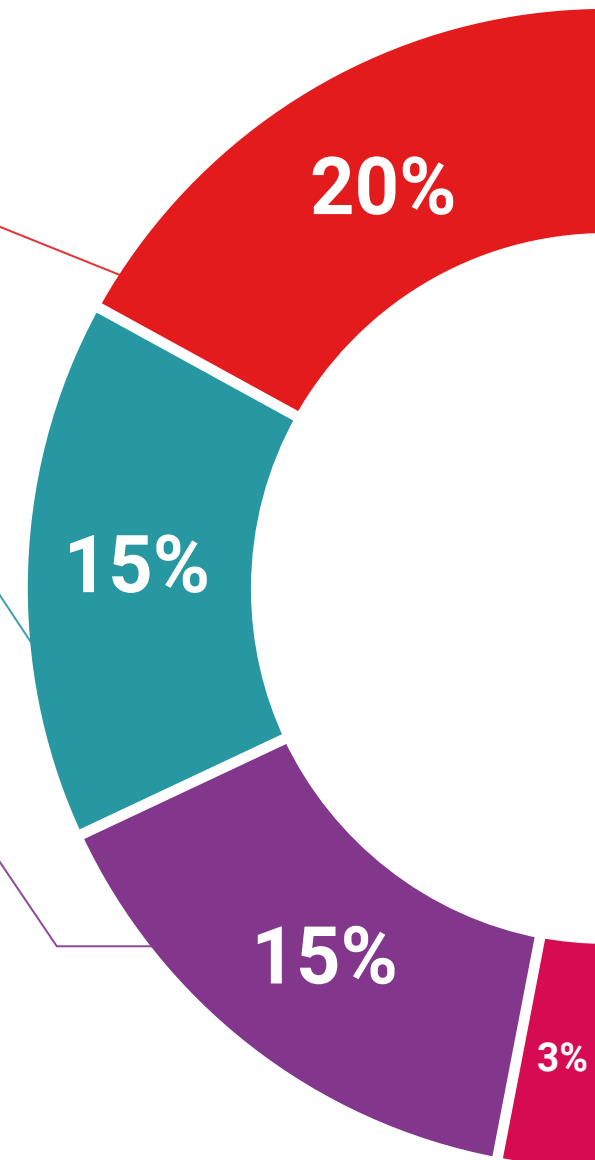
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

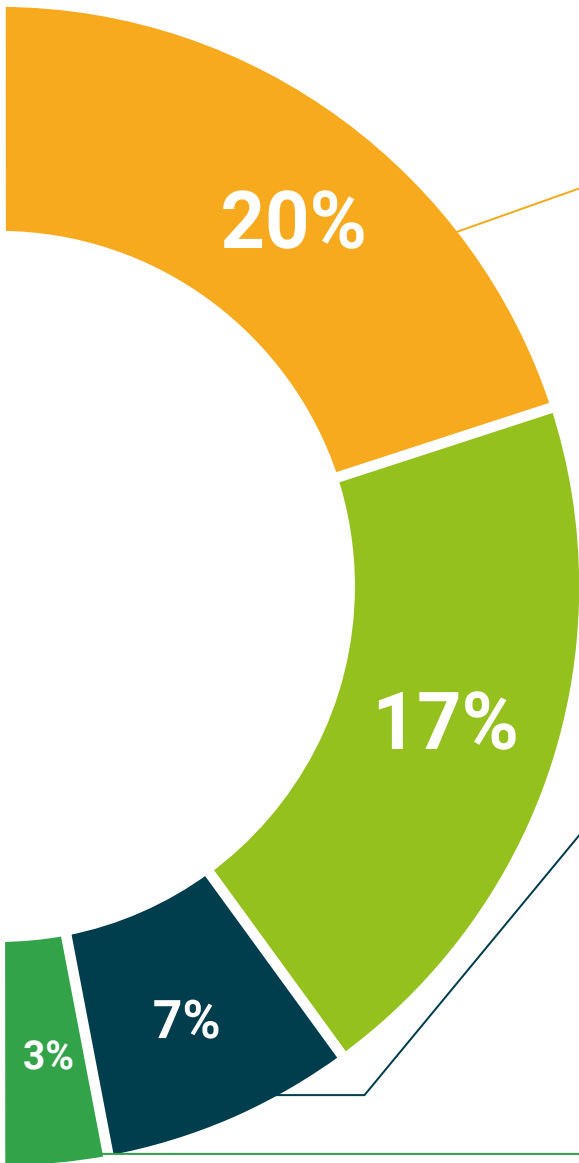
Dieses exklusive Schulungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



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.





Von Experten geleitete und von Fachleuten durchgeführte Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Aus diesem Grund stellt TECH die Entwicklung von realen Fällen vor, in denen der Experte den Studierenden durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung verschiedener Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um den höchsten Grad an Verständnis zu erreichen.



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.



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.



Leitfäden für Schnellmaßnahmen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um den Studierenden zu helfen, in ihrem Lernen voranzukommen.



07

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang MBA in Management und Leitung von Zahnkliniken garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 **Weiterbildender Masterstudiengang MBA in Management und Leitung von Zahnkliniken** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche 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: **Weiterbildender Masterstudiengang MBA in Management und Leitung von Zahnkliniken**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **3.000 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.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen

gemeinschaft verpflichtung

persönliche betreuung innovation

wissen gegenwart qualität

online-Ausbildung

entwicklung instituten

virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Weiterbildender
Masterstudiengang
MBA in Management und
Leitung von Zahnkliniken

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Weiterbildender Masterstudiengang

MBA in Management und
Leitung von Zahnkliniken

