Máster Título Propio

Gestión y Dirección de Centros Veterinarios

MGDCV



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Gestión y Dirección de Centros Veterinarios

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-gestion-direccion-centros-veterinarios**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 24

07 Metodología — pág. 38

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 46

09 Dirección del curso — pág. 50

10 Impacto para tu carrera — pág. 56

11 Beneficios para tu empresa — pág. 60

12 Titulación — pág. 64

01

Bienvenida

La gestión y dirección de una clínica veterinaria es una tarea compleja, ya que se necesita profesionales que no solo tengan unos conocimientos sólidos en el ámbito empresarial, una de las áreas de trabajo que determinan el éxito o el fracaso de un centro, sino que también deben ser personas con estudios en veterinaria, que sean capaces de entender y participar en la atención de los animales. La capacitación en este campo requiere de una serie de habilidades que este completo programa que TECH ha compilado en un programa de alta calidad y elaborado por un equipo de expertos en la materia.



Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Centros Veterinarios.
TECH Universidad Tecnológica



El dominio de las estrategias más avanzadas en Gestión y Dirección de Centro Veterinario en un programa de alto impacto para tu carrera profesional"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial"

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

"En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los *"case studies"* de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

El objetivo de este completísimo programa es ofrecer a los profesionales directivos las competencias necesarias para dominar todas las áreas de trabajo en la gestión y dirección de clínicas veterinarias, para aportar la visión de negocio necesaria para conseguir su éxito en este sector.





La capacitación necesaria para intervenir con éxito en la dirección y la gestión de clínicas veterinarias en un Máster Título Propio completo de alto impacto educativo"

Los objetivos de los estudiantes son los de TECH. TECH trabaja con el estudiante para conseguirlos.

El **Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Centros Veterinarios** te capacitará para:

01 Generar conocimiento especializado sobre el sector de los servicios veterinarios: entorno, retos y tendencias

02 Concretar las necesidades formativas en el sector de los servicios veterinario en un entorno cambiante

03 Establecer una metodología para la elaboración de un Plan de Negocio anual

04 Asimilar que es un documento dinámico que debe acompañarnos durante todo el año



05 Examinar los conceptos financieros necesarios para dirigir con éxito un centro veterinario

06 Desarrollar las herramientas financieras que permiten gestionar un centro veterinario



07 Compilar los datos necesarios para generar un cuadro de mandos financieros

08 Establecer una metodología eficaz y sistemática para formular una estrategia empresarial dinámica e innovadora en un centro veterinario

09 Generar conocimiento especializado sobre la innovación como medio de creación de propuesta de valor diferenciada para los usuarios

10 Proponer una metodología para afrontar eficazmente a los clientes con emociones distorsionadas

11 Desarrollar procesos de fidelización

12 Establecer cómo fijar y dar precios de un servicio veterinario

13 Asimilar la importancia de la venta cruzada

14 Analizar las herramientas de *Merchandising*



15 Estudiar la coherencia entre el Marketing online y el offline

16 Desarrollar las habilidades necesarias para realizar una buena gestión de personal



17 Capacitar al directivo para afrontar con éxito los conflictos dentro de los equipos profesionales

18 Concretar la forma jurídica de empresa que debemos constituir, con las particularidades de cada una, desde sociedades a cooperativas de socios

19 Analizar las diferentes legislaciones a aplicar una vez abierto al público el centro sanitario veterinario, siempre desde el punto de vista de defensa al consumidor, para dar un servicio excelente, como la protección de datos, salud laboral, protección radiológica, etc.

20 Examinar la responsabilidad civil que adquirimos por el hecho de dirigir un centro sanitario veterinario, para con nuestros trabajadores aplicando el convenio colectivo y para los clientes en general

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Centros Veterinarios, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada en base a la metodología didáctica más innovadora.





La realización de este programa te permitirá adquirir las competencias necesarias para gestionar con éxito una clínica veterinaria"

01 Gestionar las empresas del sector de la manera más eficaz y eficiente

02 Diseñar, elaborar, implementar, supervisar y mejorar su propio plan de negocio

03 Conocer los nuevos retos en materia de salud pública, siguiendo las pautas de las economías verdes y sostenibles

04 Realizar análisis DAFO para conocer las particularidades del negocio y del entorno y poder aprovechar las ventajas que este ofrece

05 Realizar la gestión económico-financiera de la empresa

06 Diseñar e implementar un modelo de negocio adecuado para atraer a los clientes potenciales

07 Saber comunicarse de manera idónea con el cliente para mejorar su experiencia en el centro veterinario

08 Diseñar e implementar estrategias de Marketing que mejoren el rendimiento de la empresa

09 Conocer en profundidad el perfil de los empleados de la empresa para ubicarlos en los puestos más acordes y evaluar su desempeño

10 Liderar la compañía, teniendo la capacidad para resolver los conflictos internos de la misma

11 Aplicar el modelo de gestión *Lean*

12 Conocer en profundidad los aspectos legales que afectan a los centros veterinarios

06

Estructura y contenido

El Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Centros Veterinarios de TECH Universidad Tecnológica es un programa desarrollado a la medida del estudiante que se imparte en formato 100% online para que elija el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses.





Un temario creado para convertir el aprendizaje teórico en habilidades reales de trabajo"

Plan de estudios

Esta capacitación ha sido creada para permitir al alumnado adquirir los conocimientos necesarios en esta materia, de una manera intensiva y eficiente. Una ocasión para mejorar sus habilidades, con la comodidad del método online más eficaz del mercado docente. TECH le brinda al estudiante la oportunidad de incorporar los conocimientos de esta área a su currículum académico. Pero, además, con este programa, accederá a una forma de trabajo diseñada para ser totalmente compatible con su vida profesional o personal.

A lo largo de este programa, se analizaran multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, una manera única para lograr adquirir un aprendizaje profundo que el estudiante podrá trasladar, posteriormente, a su labor diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales.

Un plan pensado para el alumnado, enfocado a su mejora profesional y que lo prepara para alcanzar la excelencia. Un programa que entiende sus necesidades y las de su negocio mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que le otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 12 meses y se distribuye en 10 módulos:

Módulo 1	El sector económico de los centros sanitarios veterinarios
Módulo 2	El plan de negocio aplicado a los centros veterinarios
Módulo 3	Finanzas aplicadas a los centros veterinarios
Módulo 4	Estrategia empresarial e innovación en los centros veterinarios
Módulo 5	El cliente/usuario de los centros veterinarios
Módulo 6	Marketing aplicado en los centros veterinarios
Módulo 7	Gestión de los recursos humanos en los centros veterinarios
Módulo 8	Liderazgo y habilidades directivas aplicadas en los centros veterinarios
Módulo 9	Procesos productivos en los centros veterinarios
Módulo 10	Aspectos legales y administración en los centros veterinarios



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, el estudiante podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. El sector económico de los centros sanitarios veterinarios

1.1. El papel del animal de compañía en la sociedad actual
1.1.1. Los animales de compañía y los beneficios para la salud física y emocional de las personas
1.1.2. Los animales de compañía y el desarrollo saludable de los menores
1.1.3. Los animales de compañía y el envejecimiento saludable
1.1.4. Los animales de compañía y los beneficios para la convivencia en la comunidad
1.1.5. El maltrato animal y su conexión con la violencia en el ámbito familiar
1.1.6. Los animales en el contexto terapéutico y de asistencia

1.2. El papel de la empresa en el actual contexto social
1.2.1. Responsabilidad social empresarial
1.2.2. El cambio climático y el *Green New Deal*
1.2.3. Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y la Agenda 2030
1.2.4. Retos para la empresa de servicios veterinarios

1.3. El mercado del animal de compañía
1.3.1. Industria, el Retail y la distribución
1.3.2. Servicios
1.3.2.1. Servicios clínicos veterinarios
1.3.2.2. Servicios de adiestramiento canino
1.3.2.3. Servicios de peluquería
1.3.2.4. Control de las poblaciones de animales asilvestrados
1.3.3. Venta de medicamento de uso veterinario
1.3.4. Crianza y venta de animales de compañía
1.3.5. ONG

1.4. Tipología de los centros y servicios sanitarios veterinarios
1.4.1. Centros sanitarios veterinarios
1.4.2. Servicios sanitarios veterinarios
1.4.3. Colaboración público-privada

1.5. Situación macroeconómica del sector clínico veterinario
1.5.1. Situación socioeconómica sectorial
1.5.2. Situación laboral sectorial

1.6. La salud digital en el sector veterinario
1.6.1. La digitalización del sector veterinario
1.6.2. Factores y herramientas digitales que favorecerán el cambio
1.6.3. Factores que frenan el desarrollo digital
1.6.4. Diferenciadores digitales
1.6.5. Situación actual y retos digitales en el sector veterinario

1.7. El concepto "*One Health*" aplicado a los centros sanitarios veterinarios
1.7.1. El concepto general de Una sola salud - Un solo Bienestar
1.7.2. El papel del veterinario clínico en "*One Health*"

1.8. La formación de las categorías laborales en los centros sanitarios veterinarios
1.8.1. Contexto actual de la formación en el sector y las necesidades reales de los centros sanitarios veterinarios
1.8.2. Formación continuada
1.8.3. Formación dual

1.9. Estrategia empresarial sectorial
1.9.1. Asociacionismo empresarial: qué es, cómo se ejerce y para qué sirve
1.9.2. Intervención proactiva en la creación de la normativa que afecta al sector

1.10. Tiempo de incertidumbre, tiempo de cambio y tendencias del mercado
1.10.1. Trabajador con nuevos conceptos y sensibilidades
1.10.2. Cliente con nuevas peticiones y necesidades
1.10.3. Nuevos retos en la salud pública
1.10.4. Nuevas formas de comunicación

Módulo 2. El plan de negocio aplicado a los centros veterinarios

2.1. El plan de negocio en centros veterinarios
2.1.1. Planificación y control: las 2 caras de la misma moneda
2.1.2. ¿Por qué y para qué disponer de un plan?
2.1.3. ¿Quién debe de realizarlo?
2.1.4. ¿Cuándo realizarlo?
2.1.5. ¿Cómo realizarlo?
2.1.6. ¿Es necesario que esté por escrito?
2.1.7. Preguntas a las que hay que responder
2.1.8. Apartados del Plan de Negocio

2.2. Análisis externo I: el entorno de los centros veterinarios
2.2.1. ¿Qué debe de contener?
2.2.2. Entorno Político
2.2.3. Entorno Económico
2.2.4. Entorno Social
2.2.5. Entorno Tecnológico
2.2.6. Entorno Ecológico
2.2.7. Entorno Legal

2.3. Análisis externo II: entorno competitivo aplicado al sector de centros veterinarios
2.3.1. Clientes
2.3.2. Competencia
2.3.3. Proveedores
2.3.4. Otros

2.4. Análisis interno de un centro veterinario
2.4.1. Instalaciones y equipamientos
2.4.2. Personal
2.4.3. Ingresos/Gastos
2.4.4. Clientes
2.4.5. Precios
2.4.6. Servicios
2.4.7. Comunicación con clientes
2.4.8. Formación
2.4.9. Proveedores
2.4.10. Competencia

2.5. Análisis DAFO y CAME aplicado a los centros veterinarios
2.5.1. Debilidades
2.5.2. Fortalezas
2.5.3. Amenazas
2.5.4. Oportunidades
2.5.5. Corregir
2.5.6. Afrontar
2.5.7. Mantener
2.5.8. Explotar

2.6. Objetivos de los centros veterinarios como empresas
2.6.1. ¿Qué son?
2.6.2. Características: SMART
2.6.3. Tipos

2.7. Estrategias empresariales en centros veterinarios
2.7.1. Las 7 P del Marketing de servicios
2.7.2. Producto – Servicio
2.7.3. Precio
2.7.4. Distribución
2.7.5. Comunicación
2.7.6. Personas
2.7.7. Procedimientos
2.7.8. Prueba

2.8. Plan de acción para la estrategia de un centro veterinario
2.8.1. ¿En qué consiste?
2.8.2. ¿Cómo desarrollar una estrategia?
2.8.3. ¿Qué se debe de tener en cuenta en cada acción?
2.8.4. Priorización de las acciones en base a la importancia para el negocio
2.8.5. Calendarización

2.9. Plan de control y seguimiento del plan de negocio de un centro veterinario
2.9.1. Planificación y control
2.9.2. ¿En qué consiste y por qué es necesario?
2.9.3. ¿Quién y cómo controlar?
2.9.4. Control en base a indicadores
2.9.5. Toma de decisiones

2.10. Plan de contingencias aplicado al plan de negocio de un centro veterinario
2.10.1. ¿Qué es y para qué sirve?
2.10.2. Cómo hacerlo
2.10.3. Cómo usarlo

Módulo 3. Finanzas aplicadas a los centros veterinarios

3.1. Gastos e ingresos en un centro veterinario
3.1.1. Costes fijos
3.1.2. Costes variables
3.1.3. Costes directos
3.1.4. Costes indirectos
3.1.5. Ingresos por servicios
3.1.6. Ingresos por ventas de productos
3.1.7. Margen bruto
3.1.8. Margen neto
3.1.9. Margen sobre compra
3.1.10. Margen sobre venta

3.2. La cuenta de resultados de un centro veterinario
3.2.1. EBITDA
3.2.2. EBIT o BAII
3.2.3. Rentabilidad
3.2.4. Productividad
3.2.5. Resultado neto

3.3. Gestión de stock en el almacén en un centro veterinario
3.3.1. Coste de ventas
3.3.2. Características de un sistema de gestión de stock
3.3.3. Control de aprovisionamientos y de stock
3.3.4. Punto de alerta en el stock
3.3.5. Stock de seguridad
3.3.6. Punto de pedido
3.3.7. Rotación de stocks

3.4. Ratios de ventas en un centro veterinario. El punto de equilibrio
3.4.1. Principales ratios prácticos en un centro veterinario
3.4.1.1. Frecuencia de transacción
3.4.1.2. Importe medio de transacción
3.4.1.3. Gasto medio por cliente
3.4.1.4. Número de transacciones diarias
3.4.1.5. Número de transacciones al año
3.4.2. Concepto de punto de equilibrio
3.4.3. Cálculo prospectivo del punto de equilibrio
3.4.4. Cálculo retrospectivo del punto de equilibrio

3.5. Análisis de los costes de servicios en un centro veterinario. Inversiones tecnológicas
3.5.1. Fundamentos para los análisis de costes en centros veterinarios
3.5.1.1. Análisis de costes de la consulta veterinaria
3.5.1.2. Análisis de costes de otros servicios profesionales
3.5.2. Cálculo de la rentabilidad en una inversión tecnológica

3.6. Control de tesorería y gestión presupuestaria en centros veterinarios
3.6.1. Fundamentos del control de tesorería
3.6.2. Herramientas para el control de tesorería
3.6.3. Fundamentos de la gestión presupuestaria
3.6.4. Herramientas para la gestión presupuestaria

3.7. Valoración económica de un centro veterinario
3.7.1. Fundamentos para la valoración económica de un centro veterinario
3.7.2. Metodología para la valoración de un centro veterinario
3.7.3. El fondo de comercio

3.8. Los indicadores clave de gestión en centros veterinarios
3.8.1. Conceptos
3.8.2. Información básica
3.8.3. Indicadores más frecuentes en centros veterinarios
3.8.4. Indicadores básicos de recursos humanos
3.8.5. Indicadores básicos de calidad de atención al cliente
3.8.6. Selección de indicadores claves de gestión

3.9. El cuadro de mandos financiero aplicado a los centros veterinarios
3.9.1. Fundamentos del cuadro de mandos financiero
3.9.2. Análisis de tendencias y comparaciones entre periodos
3.9.3. Operativa del cuadro de mandos
3.9.4. Interpretación de resultados del cuadro de mandos

3.10. El balance de situación en un centro veterinario
3.10.1. Concepto
3.10.2. Estructura de un balance
3.10.3. Composición del balance
3.10.4. Valoración de activos
3.10.5. Diagnóstico de balance y cuenta de resultados
3.10.6. Análisis de balance
3.10.7. Estudio de ratios más interesantes de un balance
3.10.8. Análisis patrimonial dinámico
3.10.9. Análisis de la cuenta de resultados
3.10.10. Indicadores de la cuenta de resultados

Módulo 4. Estrategia empresarial e innovación en los centros veterinarios

4.1. El papel del gerente de un centro veterinario
4.1.1. Gestión general
4.1.2. Gestión de recursos humanos
4.1.3. Gestión financiera
4.1.4. Gestión de salud laboral
4.1.5. Gestión de la tecnología de la información
4.1.6. Gestión de Marketing y ventas
4.1.7. Gestión de atención al cliente y relaciones públicas
4.1.8. Gestión del cambio

4.2. Planificación estratégica en centros veterinarios
4.2.1. Definiciones
4.2.2. Sentido de la estrategia empresarial
4.2.3. Plan estratégico de un centro veterinario

4.3. La etapa filosófica de la planificación estratégica de un centro veterinario
4.3.1. Definición
4.3.2. Elementos
4.3.2.1. Misión
4.3.2.2. Visión
4.3.2.3. Valores
4.3.2.4. Herramientas
4.3.2.5. Metas estratégicas
4.3.3. Ejemplos prácticos

4.4. Modelos de negocio en centros veterinarios tradicionales
4.4.1. Introducción
4.4.2. Estructura de los centros veterinarios
4.4.3. Servicios
4.4.4. Plantilla de un centro veterinario

4.5. Investigación para la innovación en centros veterinarios
4.5.1. Concepto de innovación en el sector veterinario
4.5.2. La estrategia del Océano Azul aplicada a centros veterinarios
4.5.2.1. Concepto
4.5.2.2. Herramientas analíticas
4.5.3. Metodología Canvas para la innovación en centros veterinarios
4.5.3.1. Descripción
4.5.3.2. Operativa
4.5.4. Formulación de estrategias para la innovación en centros veterinarios
4.5.4.1. Generación de nuevas ideas y síntesis
4.5.4.2. Epicentros de innovación

4.6. Diseño de la Propuesta de Valor para los clientes de centros veterinarios
4.6.1. El perfil del cliente/usuario de centros veterinarios
4.6.2. El mapa de valor
4.6.3. Encaje entre la oferta de valor y el perfil de cliente aplicado a centros veterinarios

4.7. Prototipado de la innovación aplicado a los centros veterinarios
4.7.1. El sistema de innovación mínimo viable
4.7.2. Cuadro de mandos global en innovación
4.7.3. Plan operativo de innovación

4.8. Patrones de modelos de negocio en el sector de centros sanitarios veterinarios
4.8.1. Desagregación de modelos de negocio
4.8.2. *Long Tail*
4.8.3. Plataformas multilaterales
4.8.4. El modelo de negocio GRATIS (*Freemium*)
4.8.5. Modelos de negocio abiertos

4.9. *Design thinking* y aplicación en centros veterinarios
4.9.1. Concepto
4.9.2. Pautas y claves
4.9.3. Herramientas

4.10. Investigación para la mejora continua en la estrategia empresarial en centros veterinarios
4.10.1. Monitorización del plan estratégico de un centro veterinario
4.10.2. Implementación de mejoras en la estrategia de un centro veterinario

Módulo 5. El cliente/usuario de los centros veterinarios

5.1. La atención al cliente en centros veterinarios
5.1.1. La excelencia en la atención al cliente
5.1.2. La gestión de la atención al cliente
5.1.3. El cumplimiento en centros veterinarios como herramienta de fidelización

5.2. La comunicación presencial en centros veterinarios
5.2.1. Ventajas prácticas de la comunicación con los clientes
5.2.2. Paradigma actual
5.2.3. Necesidades de los clientes
5.2.4. Gestión de la calidad de la atención al cliente
5.2.4.1. Canales de comunicación con los clientes
5.2.4.2. Sistemas informáticos/bases de datos (CRM)
5.2.4.3. Encuestas de evaluación de la calidad

5.3. Habilidades de comunicación esenciales para profesionales de centros veterinarios
5.3.1. La pregunta en la comunicación profesional
5.3.2. La escucha en la comunicación profesional
5.3.3. La comunicación no verbal
5.3.4. La comunicación verbal
5.3.5. Proxemia en los centros veterinarios

5.4. La empatía como habilidad fundamental en el siglo XXI en la relación con los clientes de los centros veterinarios
5.4.1. Definición y descripción
5.4.2. Expresiones de empatía
5.4.3. Herramientas para trabajar la empatía con clientes de centros veterinarios

5.5. Metodología para afrontar con éxito las situaciones difíciles con clientes de un centro veterinario
5.5.1. Los cuatro hábitos esenciales de los clínicos altamente efectivos
5.5.2. Características del conflicto entre profesionales y sus clientes
5.5.3. Metodología para afrontar las situaciones difíciles con los clientes de centros veterinarios
5.5.3.1. Identificar el problema
5.5.3.2. Descubrir el significado
5.5.3.3. Aprovechar las oportunidades
5.5.3.4. Establecer los límites de la relación
5.5.3.5. Extender la ayuda para resolver el problema
5.5.4. Herramienta para la mejora de las habilidades comunicativas profesionales

5.6. La comunicación dentro de la consulta veterinaria
5.6.1. Introducción
5.6.2. El modelo Calgary-Cambridge aplicado a la consulta veterinaria
5.6.2.1. Fase de preparación
5.6.2.2. Inicio de la consulta
5.6.2.3. Recogida de información
5.6.2.4. Resultados y planificación
5.6.2.5. Proporcionar la información adecuada
5.6.2.6. Comprensión mutua
5.6.2.7. Finalización de la consulta
5.6.3. La comunicación de malas noticias a los clientes de centros veterinarios

5.7. Estrategias para la relación con los clientes de un centro veterinario
5.7.1. Marketing relacional
5.7.2. Expectativas clave de los clientes y usuarios de centros veterinarios
5.7.3. Gestión de la relación con los clientes a largo plazo
5.7.3.1. Modelo MSMC (Mejor Servicio para los Mejores Clientes)
5.7.3.2. El nuevo paradigma de los CRM

5.8. Segmentación y carterización de clientes en un centro veterinario
5.8.1. Segmentos y carteras de clientes
5.8.1.1. Proceso de carterización en centros veterinarios
5.8.2. Ventajas estratégicas de la carterización
5.8.3. Los Clientes Más Valiosos (CMV)

5.9. Experiencia del cliente (CX) y experiencia del usuario (UX) en centros veterinarios
5.9.1. El momento de la verdad
5.9.2. Elementos que componen Experiencia del Cliente
5.9.3. La Experiencia de Usuario

5.10. Aplicación práctica de la experiencia de cliente y usuario en centros veterinarios
5.10.1. Fases
5.10.1.1. Estudio y análisis de las experiencias de los usuarios
5.10.1.2. Definición de la plataforma experiencial
5.10.1.3. Diseño y planificación de las experiencias
5.10.1.4. Estructuración del contacto o encuentro con los clientes
5.10.1.5. Metodología práctica

Módulo 6. Marketing aplicado en los centros veterinarios

6.1. Marketing en centros veterinarios
6.1.1. Definiciones
6.1.2. Necesidades-Motivos de compra
6.1.3. Oferta y Demanda
6.1.4. Evolución del Marketing
6.1.5. Las empresas actuales
6.1.6. El cliente actual
6.1.7. La fidelización: Marketing del siglo XXI

6.2. ¿Qué se vende en los centros veterinarios?
6.2.1. Productos
6.2.2. Servicios
6.2.3. Diferencias entre productos y servicios
6.2.4. Las 4P de los productos
6.2.5. Las 7P de los servicios

6.3. Los servicios – productos en centros veterinarios
6.3.1. Cartera de servicios
6.3.2. Cartera de productos
6.3.3. ¿Cómo vender productos?
6.3.4. ¿Cómo vender servicios?
6.3.5. Diferenciación – Valor añadido
6.3.6. Técnica del CABE
6.3.7. Neuromarketing y su aplicación a las ventas

6.4. El precio de servicios y productos en centros veterinarios
6.4.1. La importancia del precio en una empresa
6.4.2. La relatividad del precio en servicios
6.4.3. ¿Cómo fijar precios de un servicio?
6.4.4. ¿Cómo fijar precios de un producto?
6.4.5. Listado de precios
6.4.6. ¿Cómo dar precios de un servicio a clientes?
6.4.7. ¿Cómo rebatir los comentarios de precios altos?
6.4.8. Curva de elasticidad de demanda-precios
6.4.9. Modelos de negocio de precios en centros veterinarios
6.4.10. ¿Cómo cobrar todo y qué hacer en caso contrario?

6.5. Comunicación con el cliente en centros veterinarios
6.5.1. Comunicación con el cliente interno: empleados
6.5.2. Necesidad: coordinación del mensaje
6.5.3. La multicanalidad y la omnicanalidad
6.5.4. En la sala de espera
6.5.5. Atención telefónica
6.5.6. En la consulta
6.5.7. Recordatorios
6.5.8. Campañas preventivas de salud
6.5.9. Dr. Google Vet. y su manejo por el veterinario
6.5.10. Motivos por los que un cliente cambia de veterinario
6.5.11. Las encuestas de satisfacción
6.5.12. Las reclamaciones en un centro veterinario

6.6. Publicidad en centros veterinarios
6.6.1. ¿A qué tipo de clientes quiero llegar?
6.6.2. Sala de espera
6.6.3. Elementos promocionales
6.6.4. Medios escritos
6.6.5. Medios digitales
6.6.6. Otros

6.7. La venta cruzada en centros veterinarios
6.7.1. ¿Qué es y para qué sirve?
6.7.2. Tipos de venta cruzada
6.7.3. ¿Cómo llevarla a cabo?
6.7.4. Servicio + Servicio
6.7.5. Servicio + Producto
6.7.6. Producto + Producto
6.7.7. Trabajo en equipo

6.8. *Merchandising*
6.8.1. Definiciones
6.8.2. Los Pilares
6.8.3. Objetivos
6.8.4. El proceso de decisión de compra y tipos de compra
6.8.5. El Exterior
6.8.5.1. Fachada
6.8.5.2. Identidad
6.8.5.3. Puerta
6.8.5.4. Escaparate
6.8.6. El Interior
6.8.6.1. Surtido
6.8.6.2. Disposición del espacio
6.8.7. Gestión de existencias
6.8.8. Animación en el punto de venta
6.8.8.1. Externa
6.8.8.2. Interna
6.8.8.3. PLV
6.8.8.4. Promociones

6.9. Marketing digital en centros veterinarios
6.9.1. Generalidades
6.9.2. Efecto ROPO
6.9.3. *Blending* Marketing: offline y online
6.9.4. Página web de un centro veterinario
6.9.5. Redes Sociales aplicadas a los centros veterinarios
6.9.5.1. Facebook
6.9.5.2. Twitter
6.9.5.3. Instagram
6.9.5.4. Canal YouTube
6.9.6. *Email* Marketing
6.9.7. Herramientas mensajería instantánea

6.10. Herramientas de fidelización para clientes de centros veterinarios
6.10.1. No todos los clientes tienen el mismo valor
6.10.2. Planes de salud
6.10.3. Campañas preventivas de salud
6.10.4. Seguros veterinarios
6.10.5. Sistemas acumulación puntos
6.10.6. Cupones descuento
6.10.7. Otros

Módulo 7. Gestión de los recursos humanos en los centros veterinarios

7.1. Planificación estratégica de la plantilla de un centro veterinario I
7.1.1. Dimensión del equipo
7.1.2. Competencias y Talento
7.1.3. Funciones, responsabilidades y tareas

7.2. Planificación estratégica de la plantilla de un centro veterinario II
7.2.1. Análisis y Descripción de Puestos de Trabajo
7.2.2. Objetivos del Puesto
7.2.3. Organigrama

7.3. Proceso de selección en un centro veterinario I
7.3.1. Perfiles
7.3.2. Diseño de la Oferta de Trabajo
7.3.3. Recepción y selección de Currículos

7.4. Proceso de selección en un centro veterinario II
7.4.1. Lectura de Currículos: detección de competencias, referencias
7.4.2. Modelo de entrevista de Trabajo, preguntas clave
7.4.3. Comunicación con los candidatos

7.5. Reclutamiento e incorporación de colaboradores en un centro veterinario
7.5.1. Contratación, categorías profesionales
7.5.2. Nóminas
7.5.3. Proceso de Acogida

7.6. Formación del equipo de un centro veterinario
7.6.1. Objetivos de la formación
7.6.2. Formación interna y externa
7.6.3. Evaluación y aspectos económicos de la formación
7.6.4. Planes de Carrera

7.7. Comunicación interna en un centro veterinario
7.7.1. Comunicación efectiva
7.7.2. Herramientas de comunicación interna
7.7.3. Reuniones efectivas

7.8. Evaluación del desempeño de los colaboradores de un centro veterinario
7.8.1. Conceptos importantes
7.8.2. Establecimiento de indicadores
7.8.3. Modelos de evaluación
7.8.4. Implantación
7.8.5. Relación con incentivos

7.9. Retención del colaborador valioso en centros veterinarios
7.9.1. Satisfacción en el trabajo
7.9.2. Motivación
7.9.3. Reconocimiento y recompensas
7.9.4. Promoción y ascensos

7.10. Retribución de los colaboradores en centros veterinarios
7.10.1. Salarios por categorías
7.10.2. Fijo y variable
7.10.3. Criterios para el establecimiento de incentivos
7.10.4. Tipos de incentivos: económicos y no económicos
7.10.5. Salario emocional

Módulo 8. Liderazgo y habilidades directivas aplicadas en los centros veterinarios

8.1. Habilidades directivas esenciales en un gerente y/o propietario de centro veterinario
8.1.1. La dirección
8.1.2. Toma de decisiones
8.1.3. Capacidad resolutiva
8.1.4. Flexibilidad
8.1.5. Autoconocimiento
8.1.6. Asertividad
8.1.7. Comunicación
8.1.8. Inteligencia emocional

8.2. El liderazgo aplicado a los centros veterinarios
8.2.1. Características del líder
8.2.2. Beneficios del liderazgo
8.2.3. Ejercicios del líder
8.2.4. La delegación
8.2.4.1. Estrategia de delegación
8.2.4.2. Selección de tareas
8.2.4.3. Proceso para la habilitación
8.2.5. Entrevistas de motivación con colaboradores
8.2.5.1. Método GROW/MAPA

8.3. Negociación para el directivo de centro veterinario
8.3.1. Habilidades del negociador
8.3.2. Tipos y estilos de negociación
8.3.3. Etapas de la negociación
8.3.3.1. Preparación
8.3.3.2. Discusión y argumentación
8.3.3.3. Propuesta
8.3.3.4. Intercambio
8.3.3.5. Cierre
8.3.3.6. Seguimiento
8.3.4. Tácticas y técnicas de negociación
8.3.5. Estrategias

8.4. La gestión del tiempo del directivo de un centro veterinario
8.4.1. Frenar, reflexionar, analizar y decidir
8.4.2. Conocimiento interior
8.4.3. ¿Cómo priorizar?
8.4.4. Actuar
8.4.5. Planificar y organizar
8.4.6. Ladrones del tiempo

8.5. ¿Cómo generar confianza en los colaboradores de un centro veterinario?
8.5.1. Autoconfianza
8.5.2. Confiar en los demás
8.5.3. Autocrítica constructiva
8.5.4. Respeto y responsabilidad
8.5.5. Honestidad
8.5.6. Ensayo/error

8.6. Gestión de la productividad del directivo de un centro veterinario
8.6.1. Ladrones de la productividad
8.6.2. El método *Getting Things Done*® (GTD)
8.6.2.1. Fundamentos
8.6.2.2. Recopilar o capturar
8.6.2.3. Procesar o aclarar
8.6.2.4. Organizar
8.6.2.5. Revisar
8.6.2.6. Hacer

8.7. Los equipos profesionales de alto rendimiento en centros veterinarios
8.7.1. Grupos de trabajo
8.7.2. Características de los equipos profesionales
8.7.3. Beneficios de los equipos profesionales de alto rendimiento
8.7.4. Ejemplos prácticos

8.8. Identificación y resolución de conflictos internos en centros veterinarios
8.8.1. El método de las cinco disfunciones de los equipos profesionales
8.8.1.1. Ausencia de confianza
8.8.1.2. Miedo al conflicto
8.8.1.3. La falta de compromiso
8.8.1.4. La evitación de la responsabilidad
8.8.1.5. El desinterés en los resultados
8.8.2. Causas de fracaso en equipos profesionales

8.9. Prevención de toxicidad interna en centros veterinarios
8.9.1. Salud organizacional
8.9.2. Medidas preventivas
8.9.2.1. Crear un equipo de liderazgo cohesivo
8.9.2.2. Crear claridad dentro de la organización
8.9.2.3. Sobrecomunicar la claridad
8.9.2.4. Reforzar la claridad

8.10. Gestión del cambio en el directivo de centros veterinarios
8.10.1. Auditoría de creencias
8.10.2. Desarrollo del carácter
8.10.3. Acciones del cambio

Módulo 9. Procesos productivos en los centros veterinarios

9.1. Introducción a los procesos productivos en centros veterinarios
9.1.1. Concepto de proceso empresarial
9.1.2. Introducción a los procesos empresariales
9.1.3. Representación gráfica de los procesos
9.1.4. Normalización de los procesos
9.1.5. Ejemplos prácticos de procesos en los centros veterinarios

9.2. Análisis de los procesos productivos de los centros veterinarios
9.2.1. Sistema de gestión de los procesos
9.2.2. Medición, análisis y mejora de los procesos empresariales
9.2.3. Características de un proceso bien dirigido y gestionado

9.3. Productividad empresarial en el sector de los centros sanitarios veterinarios
9.3.1. Enfoque a los objetivos clave
9.3.2. Valor añadido generado para el cliente
9.3.3. Análisis del valor aportado por los procesos
9.3.4. Competitividad
9.3.5. Productividad. Análisis de pérdidas y mejoras

9.4. Modelos de gestión empresarial aplicados al sector de centros sanitarios veterinarios
9.4.1. Gestión tradicional en masa
9.4.2. Gestión basada en el modelo *Lean*
9.4.3. Gestión basada en un modelo tradicional mejorado

9.5. Introducción al modelo de gestión *Lean* aplicado a los centros veterinarios
9.5.1. Principios básicos y características
9.5.2. Flujo de actividades
9.5.3. Sistema de arrastre o *Pull*
9.5.4. Flujo–*Pull*
9.5.5. La mejora continua

9.6. Los desperdicios en un modelo de producción aplicados a los centros veterinarios
9.6.1. Desperdicio, Waste o muda
9.6.2. Tipos de desperdicio
9.6.3. Causas de los desperdicios
9.6.4. Eliminación de los desperdicios

9.7. Implantación del modelo de gestión *Lean* en centros veterinarios I
9.7.1. Acondicionamiento de procesos
9.7.2. Flujo *Pull* balanceado y flexible
9.7.3. Transición desde un modelo tradicional a una implantación *Lean*
9.7.4. Primera etapa: establecimiento del flujo regular e ininterrumpido

9.8. Implantación del modelo de gestión *Lean* en centros veterinarios II
9.8.1. Segunda etapa: consolidar el flujo, eliminar desperdicios, asegurar la calidad y estandarizar la operativa
9.8.2. Tercera etapa: establecimiento del flujo *Pull*
9.8.3. Cuarta etapa: flexibilidad en el ritmo de producción

9.9. Implantación del modelo de gestión *Lean* en centros veterinarios III
9.9.1. Quinta etapa: flexibilidad en el tipo de producto
9.9.2. Sexta etapa: implantación completa del flujo *Pull* balanceado, nivelado y multiproducto
9.9.3. Séptima etapa: gestión y control sencillo

9.10. Herramientas para la implantación *Lean* aplicadas a centros veterinarios
9.10.1. El mapa de flujo de valor (*Value Stream Map*)
9.10.2. A3: análisis de nuevos planteamientos o problemas a resolver

Módulo 10. Aspectos legales y administración en los centros veterinarios

10.1. Formas jurídicas de empresas en el sector de centros sanitarios veterinarios
10.1.1. Según el tipo de responsabilidad
10.1.2. Según el número de socios
10.1.3. Según el capital social

10.2. Protección de datos en un centro veterinario
10.2.1. Ley de Protección de Datos
10.2.2. Protocolos de actuación
10.2.3. Protocolos del tratamiento de datos
10.2.4. Registro de actividades
10.2.5. Informes reglamentarios
10.2.6. El responsable del tratamiento de datos

10.3. Salud laboral en centros veterinarios
10.3.1. Riesgos psicosociales
10.3.2. Riesgos ergonómicos
10.3.3. Riesgos biológicos
10.3.4. Riesgos químicos
10.3.5. Riesgos físicos
10.3.6. Seguridad y salud

10.4. Ley del Medicamento en centros sanitarios veterinarios
10.4.1. Aspectos de la Ley del Medicamento a tener en cuenta
10.4.2. Recetas: expedición, control, registro
10.4.3. Prescripción en cascada
10.4.4. Recetas excepcionales

10.5. Convenio colectivo del sector de centros sanitarios veterinarios
10.5.1. Organización del trabajo y funciones
10.5.1.1. Percepciones salariales y extrasalariales
10.5.2. Jornada de trabajo
10.5.2.1. Licencias retribuidas y excedencias
10.5.3. Formación y carrera profesional
10.5.4. Modalidades de contratación
10.5.5. Código de conducta laboral
10.5.6. La comisión paritaria

10.6. Ética y deontología profesional veterinaria
10.6.1. Código de valores éticos
10.6.2. Principios fundamentales en ética
10.6.3. Responsabilidades profesionales
10.6.4. Bienestar y maltrato animal
10.6.5. El código deontológico profesional veterinario

10.7. Responsabilidad civil en el ejercicio de la actividad en centros sanitarios veterinarios
10.7.1. Concepto
10.7.2. Supuestos de responsabilidad civil del veterinario
10.7.3. Responsabilidad por culpa o negligencia
10.7.4. El proceso civil

10.8. Gestión de deudas e impagados en los centros veterinarios
10.8.1. Documentos de reconocimiento de deuda
10.8.2. Aplazamientos y financiación de cobros
10.8.3. Comunicación con deudores
10.8.4. Procesos judiciales monitorios

10.9. Gestión de compras en centros veterinarios
10.9.1. Presupuestos
10.9.2. Gestión de pagos
10.9.3. Financiación y aplazamientos de pagos

10.10. Comunicación telefónica con los clientes de centros veterinarios
10.10.1. Protocolos de comunicación telefónica
10.10.2. Comunicación con clientes
10.10.3. Comunicación interna y Registros de llamadas

08

Perfil de nuestros alumnos

El programa de TECH está dirigido a profesionales que quieran intervenir en la dirección y la gestión de clínicas veterinarias manejando de forma experta todos los aspectos necesarios para llevarlo a cabo de forma altamente eficiente.



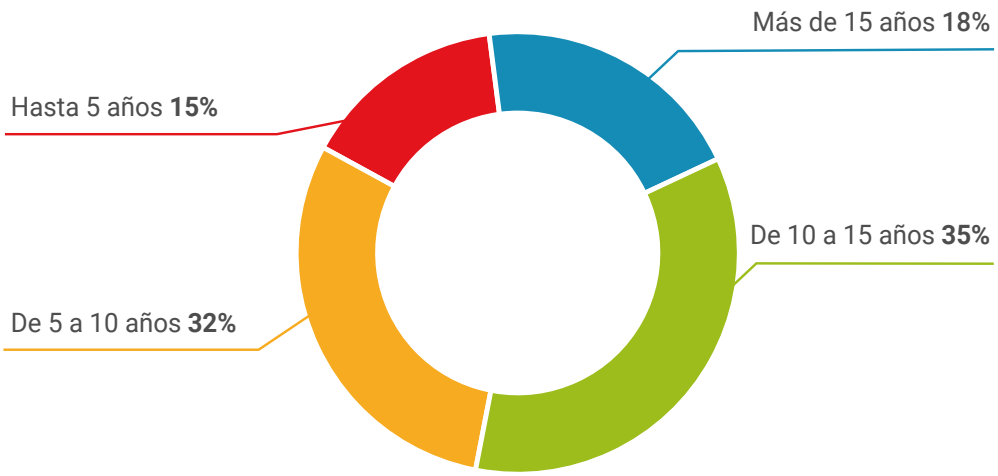


Si quieres conseguir una interesante mejora en tu trayectoria profesional mientras sigues trabajando, este es tu programa"

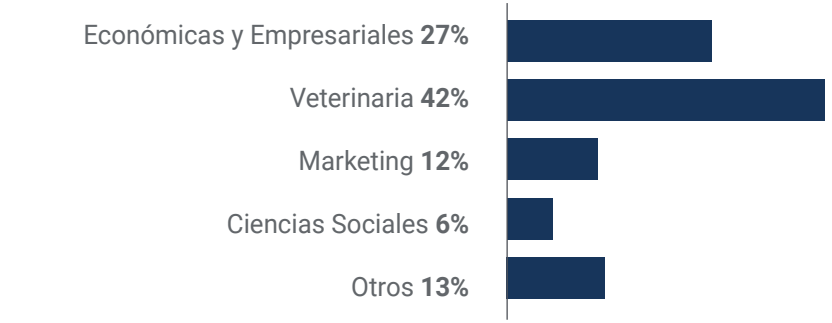
Edad media

Entre **35** y **45** años

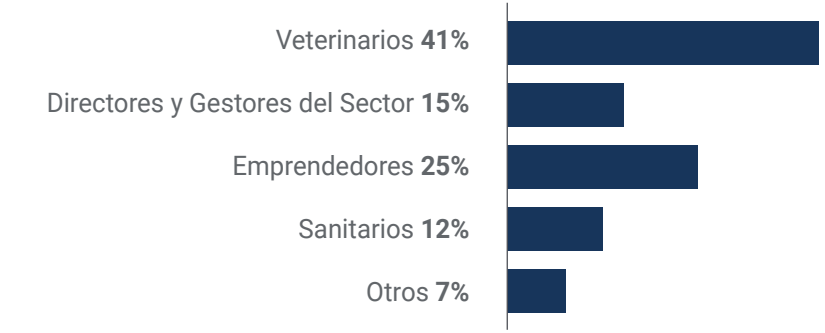
Años de experiencia



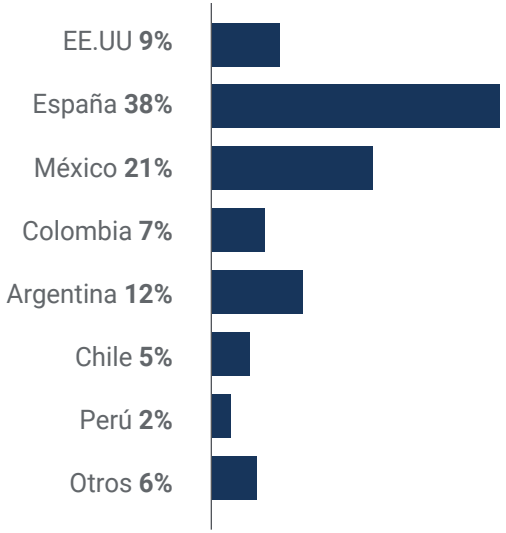
Formación



Perfil Académico



Distribución Geográfica





Amelia López

Directora de un centro veterinario

"Mis estudios en Marketing y dirección necesitaban una actualización en este campo para poder trabajar en dirección de clínicas veterinarias, que era mi objetivo profesional. Este programa ha sido la respuesta a ello y, al poco de terminarlo, logré un puesto en una clínica veterinaria, cumpliendo, de esta manera, mis sueños profesionales"

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en gestión y dirección de centros veterinarios, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el Máster Título Propio de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





Contamos con el mejor equipo docente para ponerte al día en las prácticas más importantes para la dirección y gestión de centros veterinarios"

Dirección



Dr. Barreneche Martínez, Enrique

- Director de la consultora VetsPower.com, empresa de consultoría empresarial con dedicación exclusiva a los centros veterinarios sanitarios para animales de compañía
- Vicepresidente de la patronal provincial del sector veterinario de Alicante AEVA, y tesorero de la Confederación de Patronales del Sector Veterinario de España (CEVE)
- Co-fundador del Grupo de Trabajo de Gestión y Administración de AVEPA, (GGA)
- Experiencia empresarial propia. Fundador y propietario del Centro Veterinario Amic de Alicante
- Licenciado en Veterinaria por la Universidad Complutense de Madrid
- Autor de los libros sobre gestión empresarial en centros veterinarios "¿Quién se ha llevado mi centro veterinario?" y "¡Ya encontré mi centro veterinario!"
- Coautor en dos libros y autor de capítulos específicos en otras publicaciones destinadas a la formación de Auxiliares de Clínica Veterinaria (ACV)
- Ponente en diversos cursos y talleres sobre gestión empresarial de centros veterinarios, tanto en modalidad presencial como a distancia (online), tanto en España como en el extranjero

Profesores

D. Villaluenga, José Luis

- Co-fundador y CEO de la empresa Rentabilidad Veterinaria
- Consultor en Gestión Empresarial y Marketing de Centros Veterinarios
- Director General de ACALANTHIS COMUCACION Y ESTRAGIAS SL
- Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad Complutense de Madrid
- Máster Universitario en Marketing Digital, EAE y Universidad de Barcelona
- Máster Universitario en Dirección y Gestión de RRHH, EAE y Universidad de Barcelona
- Profesor Asociado en la Facultad de Veterinaria de la Universidad Alfonso X El Sabio, Madrid

Dr. Muñoz Sevilla, Carlos

- Médico Veterinario al servicio de la Anestesiología
- Responsable del servicio de Anestesiología. Hospital Veterinario Valencia Sur
- Director de la Clínica Veterinaria San Francisco
- Licenciado en Veterinaria por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA por la Universidad Jaime I-(UJI)
- Participante en el desarrollo y formación del Módulo de RRHH de AGESVET

Dña. Navarro Ferrer, María José

- Psicóloga Especialista en Workshops para Empresas y Organizaciones Privadas
- Licenciada en Psicología por la Universidad de Valencia (UV)
- Máster en Psicología Clínica CTMC Valencia
- Posgrado en Gerontología Social Universidad de Valencia
- Posgrado en Mindfulness y Psicoterapias IL3 UB
- Docente en el Recull d'activitats per als Serveis Locals d'Ocupació: Persones i Empreses de Barcelona

Dr. Martín González, Abel

- Director del Centro Veterinario Talavera y Clínica Veterinaria Veco en Talavera de la Reina (Toledo)
- Director técnico de ADSG en Castilla La Mancha (España): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Extensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Porcino La Jara
- Director de la Marca de Calidad de Carne de la Sierra de San Vicente
- Licenciado en Veterinaria por la Universidad Complutense de Madrid
- Vicepresidente y Miembro fundador de CEVE (Confederación Empresarial Veterinaria Española)
- Presidente y Miembro fundador de CEVE-CLM (Confederación Empresarial Veterinaria de Castilla La Mancha
- Miembro de varias asociaciones profesionales a nivel nacional e internacional como AVEPA, ANEMBE, SEOC, AVETO
- Miembro de la Comisión Digital de CEOE (Confederación de Organizaciones Empresariales de España)

D. Albuixech Martínez, Miguel

- Vocal del área de Economía de CEVE (Confederación Empresarial Veterinaria Española)
- Secretario de AVETVAL (Asociación Empresarial Veterinaria de Valencia)
- Vicepresidente de AGESVET (Asociación para la Gestión Veterinaria)
- Coordinador del área Levante para los EGA (Encuentros de Gestión de AGESVET)
- Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia
- Máster en Dirección de Recursos Humanos por ADEIT

Dra. Saleno, Delia

- Directora del centro Veterinario Son Dureta
- Presidenta de CEVE Balears
- Miembro de la Junta Directiva de CEOE. Representante del sector Veterinario
- Vicepresidenta de la Confederación Empresarial Veterinaria Española (CEVE)
- Estudios de doctorado. Universidad de Ciencias Agrícolas y Medicina Veterinaria de Cluj-Napoca (Rumanía)
- Licenciada en Veterinaria por la Universidad de Ciencias Agrícolas y Medicina Veterinaria de Cluj-Napoca (Rumanía)
- Diploma de Estudios Avanzados en Clínica de Pequeños Animales
- Suficiencia investigadora en Citogenética por la Universidad de Córdoba con estudio sobre la Infertilidad en Equinos
- Curso de habilitación como evaluador en procedimientos de acreditación de competencias profesionales por experiencia laboral en familia profesional Agraria
- Investigadora predoctoral en el Departamento de Reproducción Animal de la Facultad de Medicina Veterinaria de Cluj-Napoca (Rumanía)
- Investigadora predoctoral en el Departamento de Genética de la Universidad de Córdoba





D. Rotger Campins, Sebastià

- Secretario de Empresaris Veterinaris de les Illes Balears EMVETIB
- Secretario de la Confederación Empresarial Veterinaria Española CEVE
- Responsable del departamento de Laboral, Organización y Formación de CEVE
- Secretario de Empresaris Veterinaris de les Illes Balears EMVETIB
- Presidente de la Comisión de Servicios de la Confederació d'Associacions Empresarial de Balears CAEB
- Miembro del Comité Ejecutivo de CAEB
- Presidente de la Comisión Negociadora nacional del Convenio Colectivo de Centros y Servicios Sanitarios Veterinarios
- Gerente en la clínica veterinaria Veterinari Son Dureta SLP
- Ingeniero Superior en Telecomunicaciones
- Licenciado en Náutica y transporte Marítimo
- Capitán de Marina Mercante

D. Vilches Sáez, José Vicente

- Responsable proyecto – CursoACV
- Responsable plataforma de formación – Cursoveterinaria.es
- Responsable proyecto – Duna Formación
- Responsable comercial – Gesvilsa
- Gerente en Formación Professional Duna, SL
- Community Manager
- Gestión de secretaría – AGESVET
- Responsable comercial España – ProvetCloud
- Responsable técnico comercial – Guerrero Coves
- Graduado en Dirección Empresarial. Grupo Método

10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, por ello, TECH pone todos sus esfuerzos y herramientas a su disposición del estudiante para que adquieras las habilidades y destrezas necesarias que le permitan lograr ese cambio.





Ponemos todos nuestros recursos a tu disposición para ayudarte a conseguir el cambio profesional que buscas”

La realización de este Máster Título Propio supondrá la oportunidad de trabajar en clínicas y hospitales veterinarios con la más alta capacidad directiva y de gestión.

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

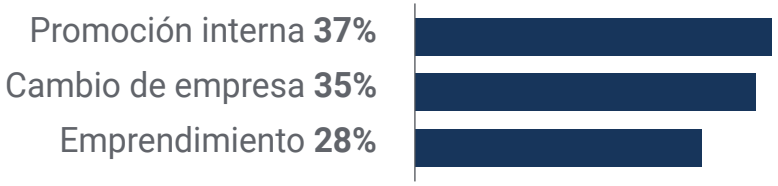
Con este programa el estudiante podrá avanzar de manera drástica en su profesión, aunque no cabe duda de que, para ello, tendrá que realizar una inversión en diferentes ámbitos, como el económico, profesional y personal. Sin embargo, el objetivo es mejorar en su vida profesional y, para ello, es necesario luchar.

Gracias a este programa recibirás un elevado número de ofertas laborales con las que podrás iniciar tu crecimiento profesional.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

11

Beneficios para tu empresa

El Máster Título Propio en Dirección y Gestión de Centros Veterinario contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentado su capacitación y mejorando sus habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Ofrece una visión estratégica a tu empresa que le permita situarse entre las mejores clínicas veterinarias del momento"

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El profesional será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la organización entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional podrás trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a nuestros alumnos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Clínicas Veterinarias garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin necesidad de realizar complicados trámites"

Este **Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Centros Veterinarios** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Titulo: **Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Centros Veterinarios**
N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

Gestión y Dirección de Centros Veterinarios

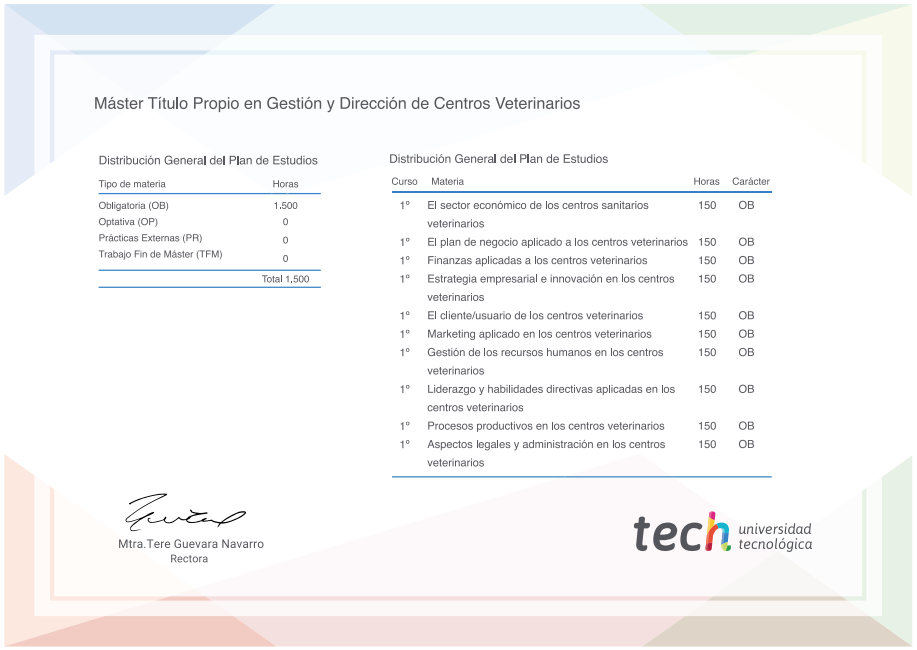
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio en Gestión y Dirección de Centros Veterinarios

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	El sector económico de los centros sanitarios veterinarios	150	OB
1º	El plan de negocio aplicado a los centros veterinarios	150	OB
1º	Finanzas aplicadas a los centros veterinarios	150	OB
1º	Estrategia empresarial e innovación en los centros veterinarios	150	OB
1º	El cliente/usuario de los centros veterinarios	150	OB
1º	Marketing aplicado en los centros veterinarios	150	OB
1º	Gestión de los recursos humanos en los centros veterinarios	150	OB
1º	Liderazgo y habilidades directivas aplicadas en los centros veterinarios	150	OB
1º	Procesos productivos en los centros veterinarios	150	OB
1º	Aspectos legales y administración en los centros veterinarios	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Gestión y Dirección de Centros Veterinarios

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Acreditación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

Gestión y Dirección de Centros Veterinarios



tech universidad tecnológica