

Master Privato

MBA in Direzione Commerciale e
Marketing nell'Industria Farmaceutica

M B A D C M I F





Master Privato

MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati e Diplomati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle qualifiche nel campo dell'Economia, del Marketing e della Farmacia

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/business-school/master/master-mba-direzione-commerciale-marketing-industria-farmaceutica

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 20

06

Struttura e contenuti

pag. 26

07

Metodologia

pag. 36

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 44

09

Direzione del corso

pag. 48

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 52

11

Benefici per la tua azienda

pag. 56

12

Titolo

pag. 60

01 Benvenuto

Oltre alla ricerca, alla scoperta e allo sviluppo di nuovi farmaci che migliorano la salute delle persone, l'industria farmaceutica è diventata uno dei principali motori dell'economia dei Paesi in cui sono presenti aziende farmaceutiche. In questo senso, i professionisti che desiderano progredire nella gestione commerciale e nel marketing in questo settore devono conoscere le strategie utilizzate in un mercato estremamente competitivo e di grande impatto sulla società. Per facilitare la specializzazione in questo campo, TECH ha progettato questa formazione 100% online, con contenuti di alta qualità e insegnata da specialisti con una vasta esperienza in questo campo.



MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica
TECH Global University



“

Grazie a TECH sarai un esperto in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica"

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo che opera in modalità 100% online. Siamo una scuola di business d'élite, con un modello dei più alti standard accademici. Un centro internazionale di alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

Siamo un'Università all'avanguardia tecnologica e forniamo tutte le risorse disponibili per aiutarti ad ottenere il successo a livello imprenditoriale"

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'Università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multivideo interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non si basa su criteri economici. Non è necessario effettuare un grande investimento per studiare in questa Università. Tuttavia, per ottenere una qualifica rilasciata da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti...

95 % | degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e con professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha sviluppato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici dei 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con TECH possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.



TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo Relearning (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a offrire una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito della gestione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i seguenti:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, tenendo conto delle diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una spinta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti grazie a un personale docente di reputazione internazionale.

04 Obiettivi

Questa formazione universitaria offre ai professionisti una conoscenza solida e specializzata dell'industria farmaceutica, della creazione di piani di Marketing e dell'applicazione delle nuove tecnologie in questo settore. Tutto ciò consentirà di accrescere le proprie competenze nella gestione dei team e di affrontare le sfide presenti e future in questo campo. A tal fine, TECH mette a disposizione i più avanzati strumenti didattici multimediali, accessibili 24 ore su 24, da qualsiasi dispositivo elettronico dotato di connessione a Internet.



“

Con questa formazione universitaria sarai aggiornato sull'uso di IA, Blockchain e Big Data grazie a veri esperti del settore"

TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti.
Lavorano insieme per raggiungerli.

Il Master Privato MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica prepara lo studente a:

01

Acquisire conoscenze specialistiche
sull'Industria Farmaceutica

02

Approfondire l'Industria Farmaceutica

03

Approfondire gli ultimi sviluppi
dell'Industria Farmaceutica

04

Comprendere la struttura e il
funzionamento dell'Industria Farmaceutica



05

Comprendere l'ambiente competitivo dell'industria farmaceutica

06

Comprendere i concetti e le metodologie delle ricerche di mercato

07

Utilizzare le tecnologie e gli strumenti della ricerca di mercato

08

Sviluppare competenze di vendita specifiche per l'Industria Farmaceutica



09

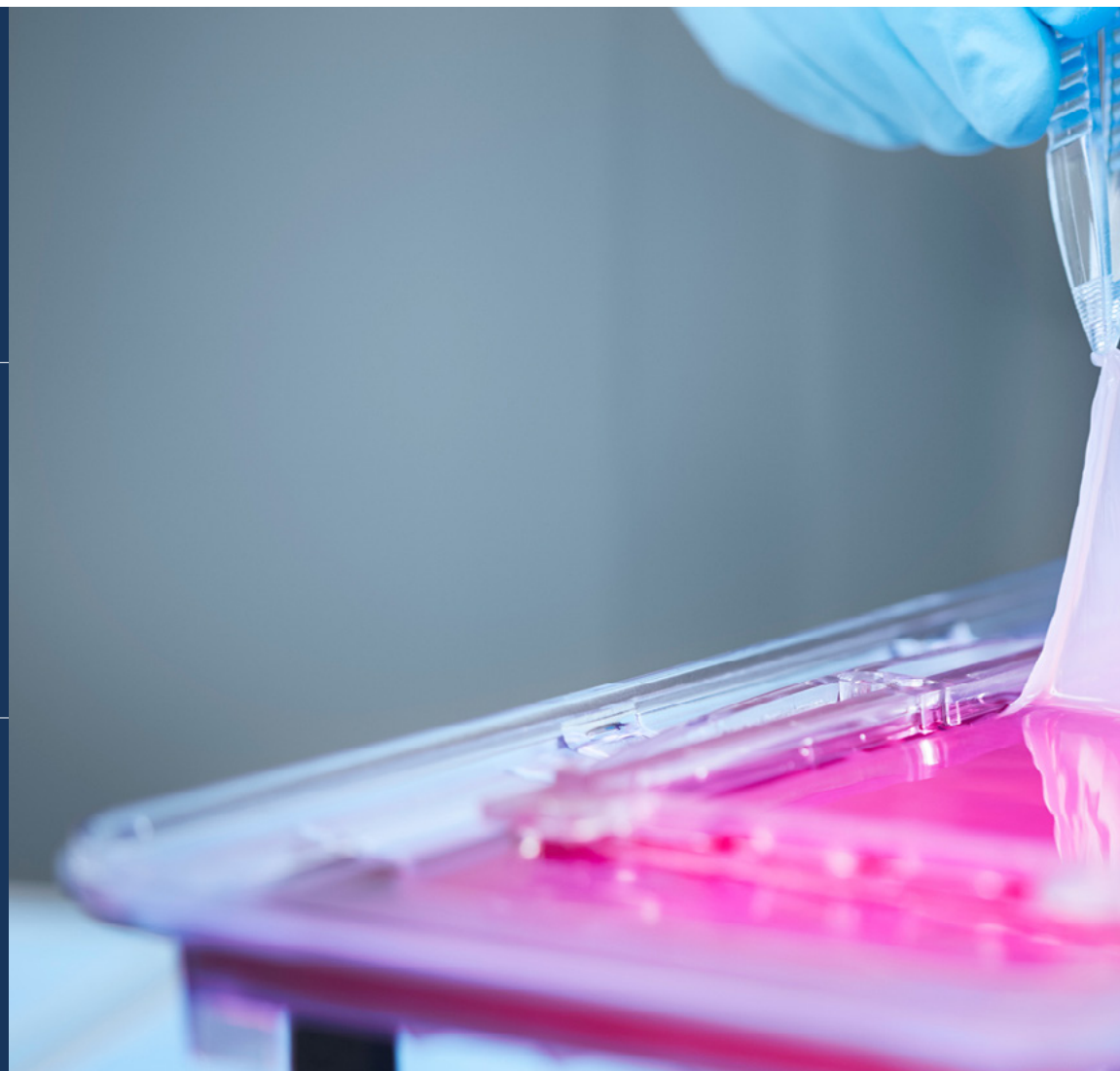
Comprendere il ciclo di vendita
dell'Industria Farmaceutica

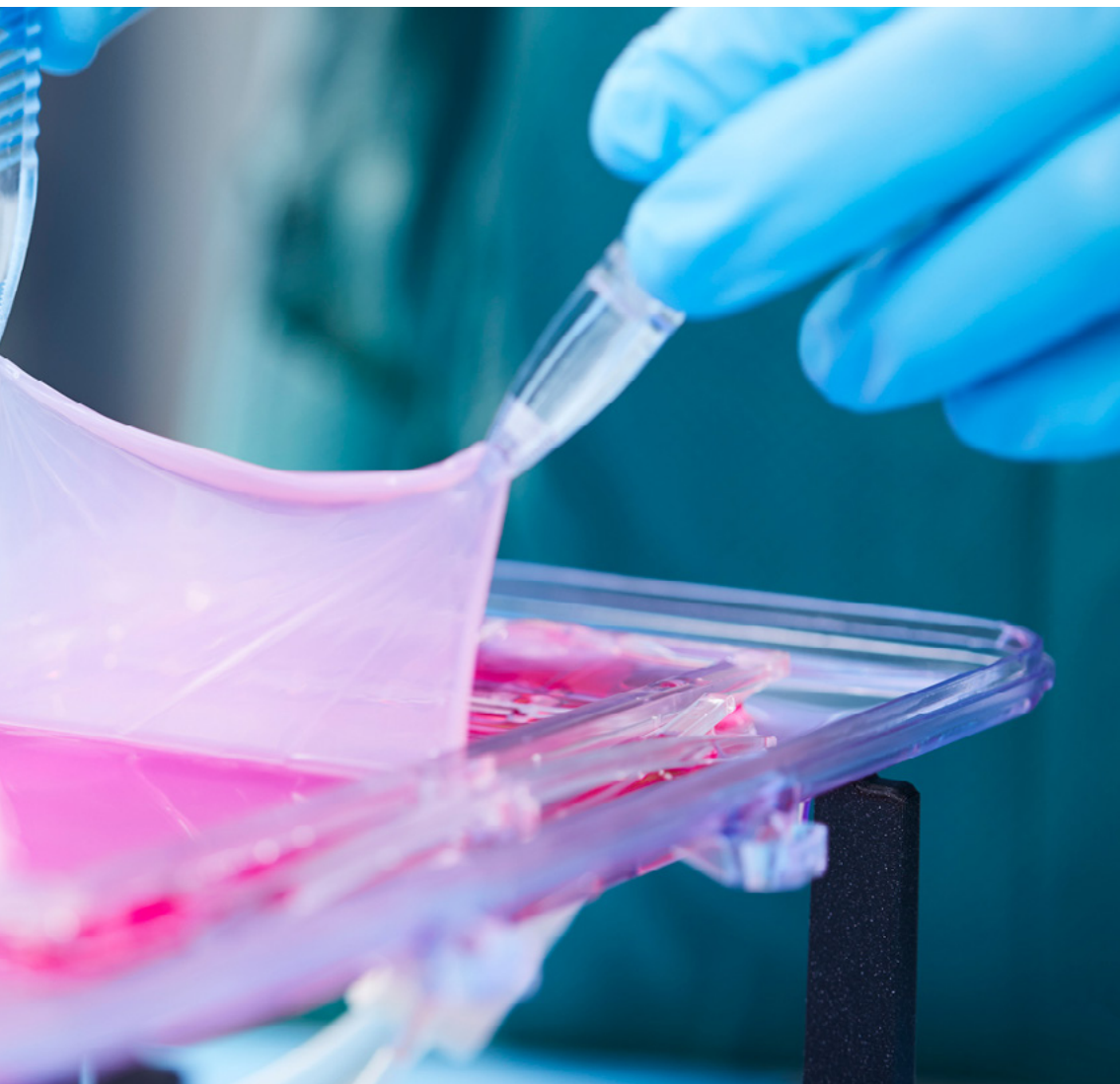
10

Analizzare il comportamento dei
clienti e le esigenze del mercato

11

Sviluppare le capacità di Leadership





12

Comprendere gli aspetti specifici di gestione nell'industria farmaceutica

13

Applicare le tecniche di gestione dei progetti

14

Comprendere i principi e i fondamenti del Marketing nell'Industria Farmaceutica

05

Competenze

Questa formazione universitaria contribuirà allo sviluppo delle competenze fondamentali richieste nel campo della direzione commerciale e del marketing nell'industria farmaceutica. In questo modo, i professionisti acquisiranno competenze in campi quali le ricerche di mercato, le strategie di promozione, le vendite, l'analisi dei dati e la leadership. Queste competenze permetteranno loro di svilupparsi con successo in un settore che richiede specialisti altamente qualificati.



“

In soli 12 mesi accrescerai le tue competenze per progredire come Brand Manager nel settore farmaceutico"

01

Applicare i fondamenti del Marketing farmaceutico

02

Sviluppare competenze nello sviluppo di piani di Marketing

03

Analizzare le caratteristiche e le esigenze dei clienti dell'industria farmaceutica

04

Sviluppare competenze nella progettazione e nell'esecuzione di studi di ricerca



05

Sviluppare competenze nella gestione dei prodotti farmaceutici

06

Utilizzare strumenti e tecniche di Marketing digitale

07

Utilizzare le nuove tendenze tecnologiche dell'industria farmaceutica

08

Analizzare l'impatto delle nuove tecnologie nell'industria farmaceutica



09

Gestione di progetti tecnologici nel settore

10

Analizzare i concetti finanziari chiave

11

Applicare le tecniche di valutazione dei progetti di Marketing

12

Valutare l'impatto finanziario delle strategie di Marketing



13

Comprensione del comportamento del consumatore

14

Analizzare i diversi segmenti di mercato

15

Ricerca di tendenze e cambiamenti nelle abitudini dei consumatori

16

Applicare tecniche di ricerca di mercato



06

Struttura e contenuti

Il Master Privato MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica si propone di offrire ai professionisti una visione globale e aggiornata delle tecniche e delle strategie di vendita utilizzate in questo settore. Il tutto, inoltre, nell'arco di 12 mesi e 1.500 ore didattiche di apprendimento intensivo con il miglior materiale didattico del panorama accademico attuale.



“

Con il metodo Relearning ottimizzerai il tuo tempo di studio. Eviterai di passare lunghe ore a studiare e ti concentrerai in modo efficiente sui concetti più rilevanti”

Piano di studi

Una delle principali novità di questa proposta universitaria è l'esplorazione di temi emergenti di grande importanza come il mercato farmaceutico, l'uso di nuove tecnologie (IA, Blockchain, Big Data o biosensori) o lo sviluppo farmacologico. Questo approccio completo e aggiornato garantirà che i professionisti siano preparati ad affrontare le sfide e a cogliere le opportunità in questo campo in costante trasformazione.

Nel corso di questo percorso accademico, gli studenti acquisiranno un'esperienza formativa unica ed efficace che porrà le basi per un futuro promettente e di successo nella Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica. Per raggiungere questo obiettivo, il programma affronterà le reti di valore in questo settore, le ricerche di mercato e i processi di vendita. Inoltre, esplorerà la valutazione delle prestazioni di vendita o della leadership nell'industria farmaceutica.

Particolare enfasi viene posta sullo sviluppo di un piano di Marketing, concentrandosi su obiettivi e strategie, comunicazione e pubblicità. Approfondisce, inoltre, le esigenze e il comportamento dei consumatori. Tutto questo, integrato da risorse didattiche innovative, accessibili da qualsiasi parte del mondo e con unicamente un dispositivo digitale con connessione a internet.

TECH utilizza un formato di insegnamento 100% online, mettendo a disposizione un'ampia biblioteca con riassunti interattivi, letture specializzate e casi di studio. Con questa opzione accademica, il professionista avrà la totale libertà di autogestire il proprio tempo di studio e sarà in grado di combinare le proprie responsabilità con un insegnamento di qualità.

Questo MBA ha la durata di 12 mesi e si divide in 10 moduli:

Modulo 1.	Industria Farmaceutica
Modulo 2.	Struttura dell'Industria Farmaceutica
Modulo 3.	Ricerca di mercato nell'Industria Farmaceutica
Modulo 4.	Il processo di vendita nell'Industria Farmaceutica
Modulo 5.	Direzione e gestione di team nell'Industria Farmaceutica
Modulo 6.	Piano di Marketing farmaceutico
Modulo 7.	Gestione del Marketing applicata all'Industria Farmaceutica
Modulo 8.	Nuove tecnologie applicate al settore farmaceutico
Modulo 9.	Finanze per il dipartimento di Marketing
Modulo 10.	Il consumatore



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di sviluppare questo MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica completamente online. Durante i 12 mesi di durata della specializzazione, gli studenti potranno accedere in qualsiasi momento a tutti i contenuti di questo programma, che consentirà loro di autogestire il proprio tempo di studio.

*Un'esperienza formativa
unica, fondamentale e
decisiva per potenziare
il proprio sviluppo
professionale e fare il
salto definitivo.*

Modulo 1. Industria Farmaceutica

1.1. Mercato farmaceutico

- 1.1.1. Struttura del mercato farmaceutico
- 1.1.2. Attori del mercato farmaceutico
- 1.1.3. Fondamenti del mercato farmaceutico
- 1.1.4. Sviluppo del mercato farmaceutico

1.2. Tipi di prodotti

- 1.2.1. Farmaci per uso orale
- 1.2.2. Farmaci iniettabili
- 1.2.3. Farmaci topici
- 1.2.4. Farmaci inalati

1.3. Sperimentazioni cliniche e approvazione normativa

- 1.3.1. Progettazione di studi clinici
- 1.3.2. Pianificazione di studi clinici
- 1.3.3. Selezione dei partecipanti allo studio clinico
- 1.3.4. Metodologia di studio clinico

1.4. Catena di approvvigionamento

- 1.4.1. Sistemi informativi nelle catene di approvvigionamento
- 1.4.2. Tecnologia della catena di approvvigionamento
- 1.4.3. Gestione della catena del freddo
- 1.4.4. Gestione dei trasporti e della logistica

1.5. Distribuzione dei medicinali

- 1.5.1. Canali di distribuzione
- 1.5.2. Gestione di inventari
- 1.5.3. Gestione degli ordini
- 1.5.4. Gestione dei rischi

1.6. Commercializzazione

- 1.6.1. Fondamenti della commercializzazione
- 1.6.2. Analisi della competenza
- 1.6.3. Posizionamento
- 1.6.4. Relazioni con i professionisti della salute

1.7. Innovazioni tecnologiche nell'industria farmaceutica

- 1.7.1. Tecnologie dirompenti
- 1.7.2. Intelligenza artificiale
- 1.7.3. Big data
- 1.7.4. Bioinformatica

1.8. Prezzo

- 1.8.1. Analisi dei costi
- 1.8.2. Strategie di determinazione dei prezzi
- 1.8.3. Politiche di prezzo
- 1.8.4. Prezzi differenziati

1.9. Produzione di farmaci

- 1.9.1. Buone pratiche di fabbricazione
- 1.9.2. Processo di produzione
- 1.9.3. Tecniche di sterilizzazione
- 1.9.4. Convalida del processo

1.10. Controllo della qualità dei farmaci

- 1.10.1. Pratiche corrette di laboratorio
- 1.10.2. Metodi di analisi fisico-chimiche
- 1.10.3. Metodo analitico
- 1.10.4. Analisi microbiologica

Modulo 2. Struttura dell'Industria Farmaceutica

2.1. Sviluppo farmacologico

- 2.1.1. Scoperta di farmaci
- 2.1.2. Farmacocinetica
- 2.1.3. Farmacodinamica
- 2.1.4. Studi preclinici

2.2. Il laboratorio farmaceutico

- 2.2.1. Pratiche corrette di laboratorio
- 2.2.2. Attrezzature di laboratorio
- 2.2.3. Strumentazione di laboratorio
- 2.2.4. Analisi microbiologica

2.3. R&S

- 2.3.1. Tecniche di screening
- 2.3.2. Tecniche di validazione
- 2.3.3. Progettazione razionale
- 2.3.4. Chimica dei medicinali

2.4. Brevetti

- 2.4.1. Fondamenti della proprietà intellettuale
- 2.4.2. Procedure per la richiesta di brevetti
- 2.4.3. Analisi di brevettabilità
- 2.4.4. Strategie di protezione

2.5. Generici

- 2.5.1. Equivalenza terapeutica
- 2.5.2. Bioequivalenza
- 2.5.3. Processo di sviluppo
- 2.5.4. Processo di produzione

2.6. Gestione di stock

- 2.6.1. Controlli di stock
- 2.6.2. Gestione dell'inventario
- 2.6.3. Metodi di previsione della domanda
- 2.6.4. Software di gestione dello stock

2.7. Sconti

- 2.7.1. Sconti per volume
- 2.7.2. Sconti sulla liquidità
- 2.7.3. Sconti fedeltà
- 2.7.4. Analisi della redditività degli sconti

2.8. Catena del valore dell'industria farmaceutica

- 2.8.1. Gestione dei rischi
- 2.8.2. Tecnologie dell'informazione
- 2.8.3. Sostenibilità
- 2.8.4. Responsabilità sociale

2.9. Alleanze strategiche

- 2.9.1. Collaborazioni
- 2.9.2. Accordi di licenza
- 2.9.3. Joint Ventures
- 2.9.4. Negoziazione di alleanze strategiche

2.10. Organismi di regolamentazione

- 2.10.1. Sorveglianza post-marketing
- 2.10.2. Audit regolatori
- 2.10.3. Armonizzazione regolatoria
- 2.10.4. Riconoscimento reciproco dei registri

Modulo 3. Ricerca di mercato nell'Industria Farmaceutica**3.1. Tipi di ricerca di mercato**

- 3.1.1. Ricerca qualitativa
- 3.1.2. Ricerca quantitativa
- 3.1.3. Tipi di raccolta
- 3.1.4. Progettazione di ricerche di mercato

3.2. Business Intelligence

- 3.2.1. Gestione dei dati
- 3.2.2. Strumenti BI
- 3.2.3. Estrazione dei dati
- 3.2.4. Caricamento dei dati

3.3. Analisi della domanda

- 3.3.1. Analisi statistica
- 3.3.2. Analisi dei modelli
- 3.3.3. Analisi dei segmenti
- 3.3.4. Analisi dei fattori

3.4. Segmentazione del mercato

- 3.4.1. Benefici della segmentazione
- 3.4.2. Metodi della segmentazione
- 3.4.3. Tecniche di segmentazione
- 3.4.4. Analisi delle variabili demografiche

3.5. Ricerca sulla concorrenza

- 3.5.1. Analisi della struttura della concorrenza
- 3.5.2. Analisi dei concorrenti diretti
- 3.5.3. Valutazione della posizione competitiva
- 3.5.4. Vantaggi competitivi

3.6. Analisi delle tendenze

- 3.6.1. Fonti di informazione
- 3.6.2. Strumenti di analisi
- 3.6.3. Monitoraggio delle tendenze
- 3.6.4. Tendenze tecnologiche

3.7. L'immagine aziendale

- 3.7.1. Vantaggi dell'immagine aziendale
- 3.7.2. Elementi chiave dell'immagine aziendale
- 3.7.3. Gestione della reputazione
- 3.7.4. Comunicazione aziendale

3.8. Landamento dei prezzi

- 3.8.1. Analisi dell'andamento dei prezzi
- 3.8.2. Strumenti di analisi dell'andamento dei prezzi
- 3.8.3. Analisi dei prezzi internazionali
- 3.8.4. Valutazione del valore

3.9. Studio sull'accesso al mercato

- 3.9.1. Fattori chiave
- 3.9.2. Analisi dei sistemi sanitari
- 3.9.3. Modelli di finanziamento
- 3.9.4. Strategie di *pricing*

3.10. Ultime tendenze tecnologiche nella ricerca di mercato

- 3.10.1. *Machine Learning*
- 3.10.2. Analisi dei dati di massa
- 3.10.3. Analisi di social network
- 3.10.4. Realtà virtuale

Modulo 4. Il processo di vendita nell'Industria Farmaceutica**4.1. Struttura del dipartimento commerciale**

- 4.1.1. Struttura gerarchica
- 4.1.2. Progettazione organizzativa
- 4.1.3. Responsabilità del dipartimento commerciale
- 4.1.4. Gestione del talento

4.2. La visita medica

- 4.2.1. Responsabilità dell'informatore scientifico
- 4.2.2.7 Etica dell'informatore scientifico
- 4.2.3. Comunicazione efficace
- 4.2.4. Conoscenza del prodotto

4.3. Azioni promozionali nel punto vendita

- 4.3.1. Obiettivi delle azioni
- 4.3.2. *Visual merchandising*
- 4.3.3. Gestione dei materiali
- 4.3.4. Valutazione dell'impatto

4.4. Tecniche di vendita

- 4.4.1. Principio di persuasione
- 4.4.2. Abilità di negoziazione
- 4.4.3. Aggiornamento scientifico
- 4.4.4. Gestione delle obiezioni

4.5. La comunicazione nella vendita

- 4.5.1. Analisi dei diversi canali
- 4.5.2. Comunicazione verbale
- 4.5.3. Comunicazione non verbale
- 4.5.4. Comunicazione scritta

4.6. Strategie di fidelizzazione

- 4.6.1. Programma fedeltà
- 4.6.2. Attenzione al cliente personalizzata
- 4.6.3. Programmi di monitoraggio
- 4.6.4. Programmi di compliance terapeutica

4.7. Monitoraggio dei clienti

- 4.7.1. Strumenti per il monitoraggio dei clienti
- 4.7.2. Soddisfazione
- 4.7.3. Tecniche di comunicazione
- 4.7.4. Utilizzo dei dati

4.8. Analisi del ciclo di vendita

- 4.8.1. Interpretazione dei dati
- 4.8.2. Analisi dei cicli
- 4.8.3. Pianificazione dei cicli di vendita
- 4.8.4. Gestione dei cicli di vendita

4.9. Valutazione delle prestazioni di vendita

- 4.9.1. Indicatori di rendimento KPI
- 4.9.2. Analisi dell'efficacia
- 4.9.3. Valutazione della produttività
- 4.9.4. Valutazione della redditività del prodotto

4.10. Strumenti tecnologici per le vendite

- 4.10.1. CRM
- 4.10.2. Automazione della forza vendita
- 4.10.3. Ottimizzazione dei percorsi
- 4.10.4. Piattaforme e-Commerce

Modulo 5. Direzione e gestione di team nell'Industria Farmaceutica

<p>5.1. Leadership nell'Industria Farmaceutica</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.1.1. Tendenze e sfide della leadership 5.1.2. Leadership di trasformazione 5.1.3. Leadership nella gestione dei rischi 5.1.4. Leadership nel miglioramento continuo 	<p>5.2. Gestione del talento</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.2.1. Strategie di reclutamento 5.2.2. Sviluppo di profili 5.2.3. Pianificazione della successione 5.2.4. Mantenimento dei talenti 	<p>5.3. Sviluppo e formazione del team</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.3.1. GMP Buone pratiche di fabbricazione 5.3.2. Sviluppo delle abilità tecniche 5.3.3. Formazione sulla sicurezza 5.3.4. Sviluppo in R&S 	<p>5.4. Strategie di comunicazione interna</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.4.1. Sviluppo di una cultura della comunicazione aperta 5.4.2. Comunicazione di obiettivi e strategie 5.4.3. Comunicazione dei cambiamenti organizzativi 5.4.4. Comunicazione di politiche e procedure
<p>5.5. Gestione del rendimento</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.5.1. Definizione di obiettivi e traguardi chiari 5.5.2. Definizione di indicatori di rendimento 5.5.3. Feedback continuo 5.5.4. Valutazione del rendimento lavorativo 	<p>5.6. Gestione del cambiamento</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.6.1. Diagnosi della necessità di cambiamento 5.6.2. Comunicazione efficace del cambiamento 5.6.3. Creazione di un senso d'urgenza 5.6.4. Identificare i leader del cambiamento 	<p>5.7. Gestione della qualità</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.7.1. Definizione degli standard di qualità 5.7.2. Implementazione dei sistemi di gestione della qualità 5.7.3. Controllo della qualità nella produzione 5.7.4. Gestione dei fornitori 	<p>5.8. Gestione del budget di Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.8.1. Pianificazione strategica del Marketing 5.8.2. Definizione del budget totale di Marketing 5.8.3. Distribuzione del budget per canali di Marketing 5.8.4. Analisi del ritorno sull'investimento (ROI)
<p>5.9. Pianificazione ed esecuzione delle campagne di Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.9.1. Analisi del mercato e del pubblico target 5.9.2. Definizione degli obiettivi della campagna 5.9.3. Sviluppo delle strategie di Marketing 5.9.4. Selezione dei canali di Marketing 	<p>5.10. Aggiornamento degli sviluppi del mercato</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.10.1. Analisi delle tendenze del mercato 5.10.2. Monitoraggio della concorrenza 5.10.3. Monitoraggio delle novità del settore 5.10.4. Partecipazione a eventi e conferenze 		

Modulo 6. Piano di Marketing farmaceutico**6.1. Basi del piano di Marketing farmaceutico**

- 6.1.1. Analisi del contesto
- 6.1.2. Opportunità
- 6.1.3. Minacce
- 6.1.4. Implementazione

6.2. Obiettivi del piano di Marketing

- 6.2.1. Obiettivi SMART
- 6.2.2. Obiettivi di penetrazione di mercato
- 6.2.3. Obiettivi di crescita delle vendite
- 6.2.4. Obiettivo di fidelizzazione del cliente

6.3. La strategia generale del piano di Marketing

- 6.3.1. Definizione della visione
- 6.3.2. Definizione degli obiettivi
- 6.3.3. Strumenti del piano di Marketing
- 6.3.4. Conclusioni

6.4. Marketing OTC

- 6.4.1. Analisi del mercato dei prodotti OTC
- 6.4.2. Sviluppo della strategia
- 6.4.3. Progettazione del packaging
- 6.4.4. Sviluppo delle strategie di espansione

6.5. Il Marketing del *consumer care*

- 6.5.1. *Branding*
- 6.5.2. Utilizzo del Marketing digitale
- 6.5.3. Definizione delle strategie chiave
- 6.5.4. Conclusioni

6.6. Marketing medico

- 6.6.1. Bisogni specifici
- 6.6.2. Pubbliche relazioni
- 6.6.3. Gestione delle conferenze mediche
- 6.6.4. Strategie per le cliniche

6.7. Marketing dei componenti nutrizionali

- 6.7.1. Misurazione delle prestazioni
- 6.7.2. Tendenze del Marketing nutrizionale
- 6.7.3. Progressi del Marketing nutrizionale
- 6.7.4. Conclusioni

6.8. Marketing dei prodotti generici

- 6.8.1. Educazione dei consumatori
- 6.8.2. *Branding* ed etichettatura
- 6.8.3. PPV
- 6.8.4. Conclusioni

6.9. Marketing dei prodotti ospedalieri

- 6.9.1. Identificazione del mercato target
- 6.9.2. Collaborazione con i fornitori
- 6.9.3. Dimostrazioni
- 6.9.4. Conclusioni

6.10. Il Marketing digitale nell'industria farmaceutica

- 6.10.1. Ottimizzazione dei motori ricerca
- 6.10.2. PPC
- 6.10.3. Strategie di Marketing mobile
- 6.10.4. Email Marketing

Modulo 7. Gestione del Marketing applicata all'Industria Farmaceutica

7.1. La comunicazione

- 7.1.1. Una comunicazione efficace e di qualità
- 7.1.2. Partecipazione agli eventi
- 7.1.3. Team di comunicazione
- 7.1.4. Comunicazione interna

7.2. La Pubblicità

- 7.2.1. Pubblicità su carta stampata
- 7.2.2. Pubblicità televisiva
- 7.2.3. Pubblicità radiofonica
- 7.2.4. Pubblicità sui social network

7.3. Marketing diretto

- 7.3.1. Posta diretta
- 7.3.2. Messaggi di testo
- 7.3.3. Chiamate telefoniche
- 7.3.4. Programmi di fidelizzazione

7.4. e-Marketing

- 7.4.1. Marketing dei partner
- 7.4.2. Marketing di contenuti
- 7.4.3. Pubblicità online

7.5. Ricerca di tendenze di mercato

- 7.5.1. Innovazioni tecnologiche
- 7.5.2. Cambiamenti epidemiologici
- 7.5.3. Accesso ai mercati emergenti
- 7.5.4. Digitalizzazione nella salute

7.6. Differenziazione

- 7.6.1. Farmaci innovativi
- 7.6.2. Formulazioni migliorate
- 7.6.3. Approccio alla sicurezza
- 7.6.4. Servizi di supporto al paziente

7.7. Campagne pubblicitarie

- 7.7.1. *Got Milk*
- 7.7.2. *Share a coke*
- 7.7.3. *The truth*
- 7.7.4. *Like a girl*

7.8. Creazione di contenuti

- 7.8.1. Pubblicazioni scientifiche
- 7.8.2. Materiale didattico
- 7.8.3. Contenuti online
- 7.8.4. *Webinar*

7.9. Esigenze dei consumatori

- 7.9.1. Sicurezza
- 7.9.2. Efficacia
- 7.9.3. Qualità
- 7.9.4. Accessibilità

7.10. Il comportamento del consumatore

- 7.10.1. Problemi di salute
- 7.10.2. Influenza medica
- 7.10.3. Ricerca di informazioni
- 7.10.4. Esperienze precedenti

Modulo 8. Nuove tecnologie applicate al settore farmaceutico

8.1. Intelligenza Artificiale IA

- 8.1.1. Scoperta di farmaci
- 8.1.2. Ricerca clinica
- 8.1.3. Analisi medica
- 8.1.4. Terapia personalizzata

8.2. Tecnologia Blockchain

- 8.2.1. Catena di approvvigionamento
- 8.2.2. Tracciabilità
- 8.2.3. Autenticazione
- 8.2.4. Gestione dei dati

8.3. Big data

- 8.3.1. Dati genomici
- 8.3.2. Dati molecolari
- 8.3.3. Dati clinici
- 8.3.4. Analisi dei dati

8.4. Sanità elettronica

- 8.4.1. Applicazioni mobili
- 8.4.2. Telemedicina
- 8.4.3. Visite virtuali
- 8.4.4. Comunità online

8.5. Dispositivi medici intelligenti

- 8.5.1. Pompe intelligenti per insulina
- 8.5.2. Misuratori connessi di glucosio
- 8.5.3. Inhalatori intelligenti
- 8.5.4. Dispositivi di monitoraggio cardiaco

8.6. Stampa 3D

- 8.6.1. Fabbricazione di medicinali personalizzati
- 8.6.2. Formulazione di farmaci
- 8.6.3. Progettazione di forme farmaceutiche complesse
- 8.6.4. Modelli anatomici

8.7. Nanotecnologia

- 8.7.1. Terapia genica
- 8.7.2. Individuazione di malattie
- 8.7.3. Terapia fototermica
- 8.7.4. Nanomedicina rigenerativa

8.8. Robotica

- 8.8.1. Automazione delle linee di produzione
- 8.8.2. Sintesi di farmaci
- 8.8.3. Farmacia automatizzata
- 8.8.4. Chirurgia assistita dai robot

8.9. Biosensori

- 8.9.1. Biosensori di glucosio
- 8.9.2. Biosensori per il PH
- 8.9.3. Biosensori di ossigeno
- 8.9.4. Biosensori di lattato

8.10. Realtà aumentata

- 8.10.1. Promozione dei prodotti
- 8.10.2. Formazione dei professionisti
- 8.10.3. Guida al dosaggio
- 8.10.4. Visualizzazione di dati medici

Modulo 9. Finanze per il dipartimento di Marketing

9.1. Budget di Marketing 9.1.1. Pubblicità tradizionale 9.1.2. Marketing digitale 9.1.3. Rapporto con i media 9.1.4. Pubbliche relazioni	9.2. Analisi di costi e benefici 9.2.1. ACE 9.2.2. ACU 9.2.3. ACB 9.2.4. ACM	9.3. Misurazione delle prestazioni 9.3.1. Quota di mercato 9.3.2. Ritorno sull'investimento 9.3.3. Ricerca e sviluppo 9.3.4. Efficienza operativa	9.4. Pianificazione finanziaria 9.4.1. Budget 9.4.2. Gestione dell'inventario 9.4.3. Gestione dei rischi 9.4.4. Capitalizzazione
9.5. Gestione del rischio finanziario 9.5.1. Diversificazione dei prodotti 9.5.2. Gestione della catena approvvigionamento 9.5.3. Copertura dei rischi finanziari 9.5.4. Conclusioni	9.6. Redditività 9.6.1. Efficienza nella produzione 9.6.2. Strategie di marketing 9.6.3. Espansione geografica 9.6.4. Conclusioni	9.7. Investimenti futuri 9.7.1. Analisi del rischio 9.7.2. Opportunità di mercato 9.7.3. Scelta dei tempi 9.7.4. Conclusioni	9.8. Risorse finanziarie dell'impresa 9.8.1. Capitale proprio 9.8.2. Finanziamento del debito 9.8.3. Capitale di rischio 9.8.4. Sovvenzioni
9.9. Ritorno sull'investimento 9.9.1. Brevetti 9.9.2. Ricerca 9.9.3. Analisi 9.9.4. Conclusioni	9.10. Redditività dei nuovi prodotti 9.10.1. Efficacia e sicurezza 9.10.2. Domanda 9.10.3. Offerta 9.10.4. Proprietà intellettuale		

Modulo 10. Il consumatore

10.1. Conoscere il consumatore 10.1.1. Analisi dei dati di vendita 10.1.2. Profilo del consumatore 10.1.3. Ricerca sull'opinione pubblica 10.1.4. Studio sulla soddisfazione del cliente	10.2. L'andamento della domanda 10.2.1. Invecchiamento della popolazione 10.2.2. Consapevolezza della salute 10.2.3. Progressi tecnologici 10.2.4. Medicina preventiva	10.3. Comunicazione efficace 10.3.1. Messaggi chiari 10.3.2. Informazioni scientifiche 10.3.3. Trasparenza 10.3.4. Comunicazione bidirezionale	10.4. Esperienze precedenti 10.4.1. Produzione farmaceutica 10.4.2. Farmacovigilanza 10.4.3. Rimborso 10.4.4. Analisi dei dati
10.5. Accessibilità nei prodotti 10.5.1. Imballaggio dei prodotti 10.5.2. Informazioni in braille 10.5.3. Confezioni a dose unitaria 10.5.4. Adattamento dei formati	10.6. Educazione del consumatore 10.6.1. Promozione dell'aderenza 10.6.2. Uso sicuro dei farmaci OTC 10.6.3. Educazione alle malattie croniche 10.6.4. Effetti collaterali	10.7. Creazione di prodotti 10.7.1. Sviluppo preclinico 10.7.2. Prove cliniche 10.7.3. Fabbricazione 10.7.4. Packaging ed etichettatura	10.8. Il rapporto tra medico e paziente 10.8.1. Comunicazione aperta 10.8.2. Comunicazione trasparente 10.8.3. Processo decisionale condiviso 10.8.4. Rispetto ed empatia
10.9. Responsabilità sociale 10.9.1. Etica 10.9.2. Responsabilità sociale 10.9.3. Sostenibilità ambientale 10.9.4. Trasparenza e responsabilità	10.10. Influenza tecnologica 10.10.1. Ricerca e sviluppo 10.10.2. Medicina di precisione 10.10.3. Sicurezza dei dati 10.10.4. Apprendimento automatico		

07

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: il Relearning.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il New England Journal of Medicine.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”



La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



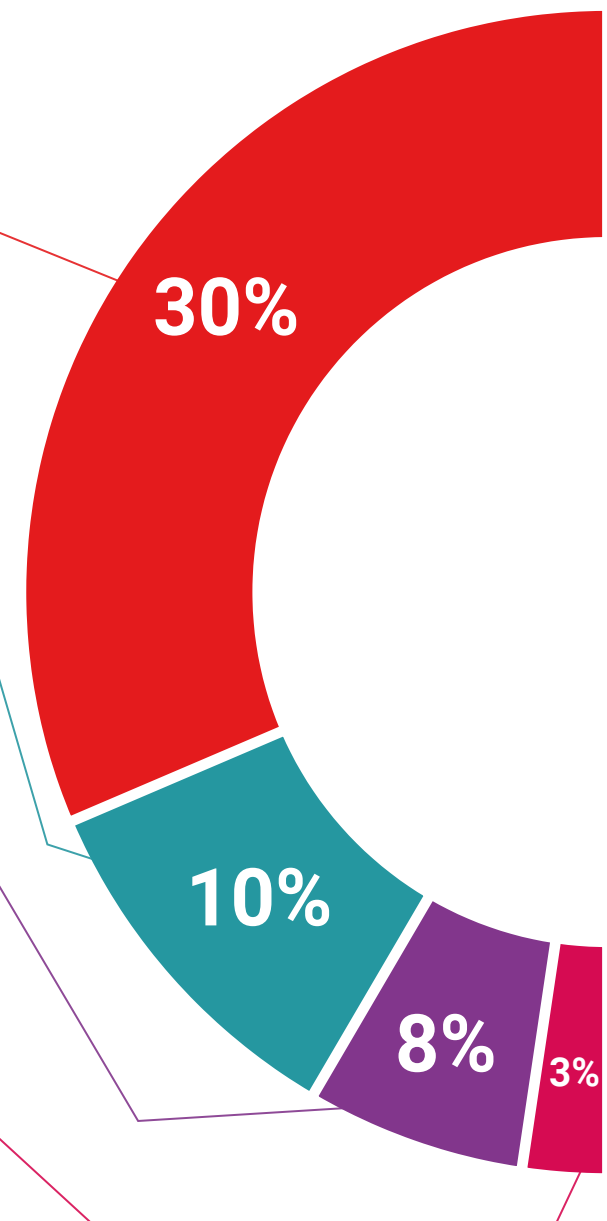
Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

Profilo dei nostri studenti

Il MBA è rivolto a laureati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle successive qualifiche nel campo del Business, della Medicina e nel settore farmaceutico.

La diversità dei partecipanti, con diversi profili accademici e di varie nazionalità, costituisce l'approccio multidisciplinare di questo programma.

Il Master Privato MBA è aperto anche a professionisti con un titolo universitario in qualsiasi area e due anni di esperienza lavorativa nel settore commerciale.





“

Acquisire una conoscenza approfondita dello sviluppo di piani di Marketing nel settore farmaceutico con i migliori esperti”

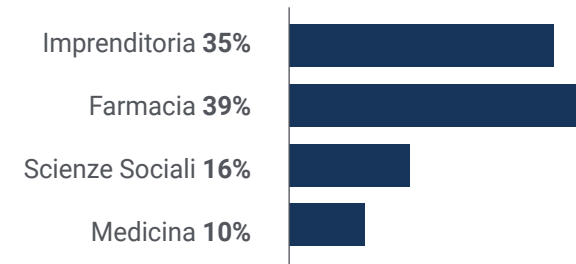
Età media

Da **35** a **45** anni

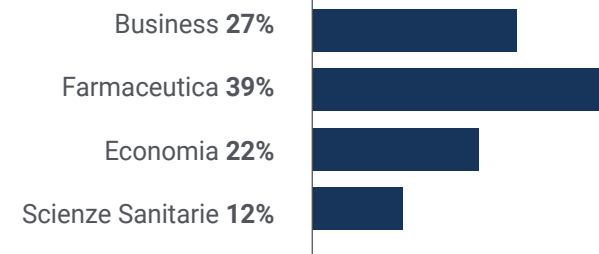
Anni di esperienza



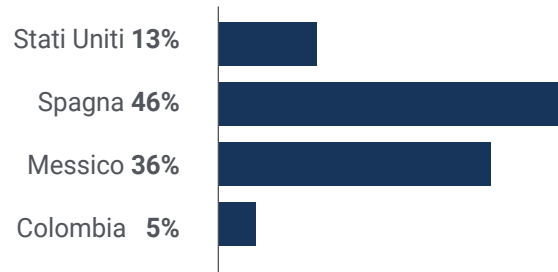
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Enrique Fernández

Specialista in Marketing Sanitario

"Il programma mi ha fornito una miscela unica di conoscenze e competenze aziendali. I docenti sono specialisti di spicco nelle rispettive aree e il loro approccio pragmatico mi ha permesso di mettere in pratica i concetti appresi in situazioni industriali reali e di ottenere un miglioramento della mia carriera"

09

Direzione del corso

Per offrire un insegnamento di prim'ordine, TECH ha riunito per questo programma un eccellente personale docente. In questo modo, lo studente avrà la garanzia di accedere a un programma sviluppato da esperti riconosciuti nel settore farmaceutico e nelle aree di marketing. Ciò consentirà al professionista di progredire in questo settore sotto la guida di veri esperti. Inoltre, grazie alla vicinanza del personale docente, gli studenti potranno consultare qualsiasi dubbio sul piano di studi di questo programma.





“

Grandi esperti di marketing e vendite nel settore farmaceutico ti guideranno in questo processo di apprendimento teorico e pratico”

Direzione



Dott. Calderón, Carlos

- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Consulente di Marketing e Pubblicità presso Experiencia MKT
- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso Marco Aldany
- ◆ CEO e direttore creativo presso C&C Advertising
- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso Elsevier
- ◆ Direttore Creativo presso CPM Consultores de Publicidad y Marketing
- ◆ Tecnico Pubblicitario presso la CEV di Madrid

Personale docente

Dott. García-Valdecasas Rodríguez de Rivera, Jesús

- ◆ Responsabile Tecnico Farmaceutico presso Laboratorios Bohm
- ◆ Tecnico Responsabile Area Biocidi e Cosmetici presso Laboratorios Bohm
- ◆ Coordinatore di Qualità e Registrazione presso Laboratorios Bohm
- ◆ Direttore Assicurazione Qualità, Sviluppo e Affari Regolamentari presso Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Responsabile dei Registri/Servizi Tecnici presso Arafarma Group S.A.
- ◆ Laurea in Farmacia presso l'Università di Alcalá
- ◆ Master in Industria Farmaceutica e Parafarmaceutica presso il Centro di Studi Superiori dell'Industria Farmaceutica (CESIF)

Dott. Rodríguez Muñoz, Rubén

- ◆ Direttore Marketing di vaccini presso GSK
- ◆ *Responsabile di Vaccini per Adulti e Responsabile del Lancio* presso GSK
- ◆ *Market Access Manager* presso Baxter International Inc.
- ◆ Responsabile salute del territorio di Bayer
- ◆ *Product Manager* presso Bayo
- ◆ Laurea in Pubblicità e Pubbliche Relazioni conseguita presso *ESIC Business School*
- ◆ Master in Gestione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica presso il Centro di Studi Superiori dell'Industria Farmaceutica (CESIF)
- ◆ Master in Valutazione della Salute e Accesso al Mercato (Farmacoeconomia) presso l'Università Carlos III di Madrid

Dott. González Suárez, Hugo

- ♦ Digital & Product Marketing Manager presso Laboratorios ERN S.A.
- ♦ Product Marketing and Project Manager presso Amgen
- ♦ Laurea in Biochimica e Farmacologia presso la Cambridge International University
- ♦ Master in Marketing presso il Centro di Studi Superiori dell'Industria Farmaceutica (CESIF)
- ♦ Master in Business Administration presso la *ESNECA Business School*

Dott. Rivera Madrigal, Víctor

- ♦ Account Manager presso EIE Medical
- ♦ Informatore Scientifico presso Innovasc *Integral Solutions S.L*
- ♦ Specialista delle vendite presso *UCC Europe*
- ♦ Tecnico di Marketing Sanitario

Dott. Moreno Izquierdo, Juan Manuel

- ♦ Responsabile del portafoglio completo di Biosimilari e Farmaci Generici Ospedalieri presso Iberia Commercial Head
- ♦ Direttore Generale del Marketing presso Biogen
- ♦ Responsabile dell'area di Marketing presso SNC
- ♦ Master in Marketing e Gestione Commerciale presso la Scuola Superiore di Amministrazione e Gestione Aziendale
- ♦ Laurea in Economia conseguita presso l'Università Carlos III di Madrid

Dott.ssa López Pérez, Damaris

- ♦ Responsabile dei conti medici presso Treelogy Medical Marketing
- ♦ Consulente Medico di Marketing presso Doctaforum Medical Marketing
- ♦ Consulente presso Persea
- ♦ Coordinatrice dei Programmi presso VESA
- ♦ Assistente di ricerca presso Centro de Conservación de Elefantes
- ♦ Master in Biologia, Ricerca e Conservazione della Biodiversità presso l'Università di Salamanca
- ♦ Master in Medical Affairs e Medical Science Liaison presso il Centro di Studi Superiori del Settore Farmaceutico
- ♦ Laureata in Biologia presso l'Università di Extremadura



TECH ha selezionato con cura il personale docente per questo programma, in modo che tu possa imparare dai migliori specialisti del momento”

10

Impatto sulla tua carriera

Questa formazione avrà un effetto positivo sulla carriera professionale dello studente nel mondo degli affari, in quanto gli consentirà di lavorare con successo in aziende farmaceutiche, centri di ricerca e altre istituzioni legate a questo settore. Sarà inoltre in grado di sviluppare efficaci strategie di marketing, gestire team commerciali, stabilire solide relazioni con i clienti e ottenere crescita e redditività in un ambiente altamente competitivo e regolamentato.



“

Potrai raggiungere i tuoi obiettivi di crescita professionale nell'area commerciale grazie a questa formazione 100% online"

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta.

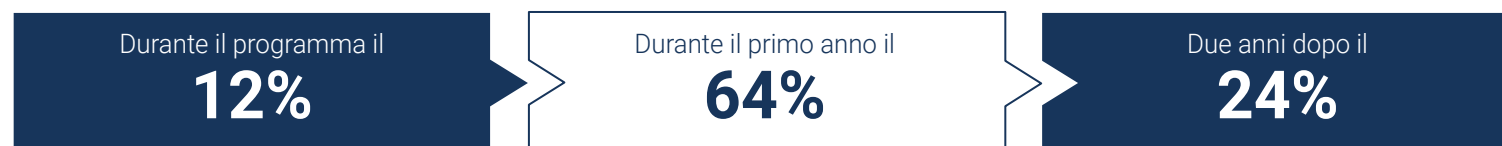
Il Master Privato MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica di TECH è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare sfide e le decisioni imprenditoriali nell'ambito del business e nel settore farmaceutico. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e confrontarti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

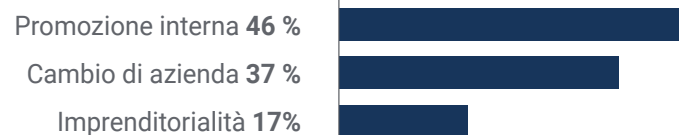
Contribuirai allo sviluppo di soluzioni innovative per la promozione e il marketing dei prodotti farmaceutici.

Potrai ampliare le tue prospettive di carriera nell'industria farmaceutica grazie al programma avanzato offerto da TECH.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **27,19%**



11

Benefici per la tua azienda

Il professionista che sceglie di studiare questo MBA con TECH sarà in grado di offrire all'azienda un vantaggio competitivo grazie alla padronanza degli strumenti, delle tecniche e delle strategie più attuali in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica. La padronanza dell'ambiente di questo settore e delle capacità di gestione di un team è un vantaggio sia per gli studenti che per le aziende in cui ricoprono posizioni dirigenziali. Senza dubbio, un'opportunità unica che solo la più grande università digitale del mondo, può offrire.





“

Amplierai il tuo raggio d'azione nella fase di promozione e commercializzazione di nuovi prodotti farmaceutici”

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà a contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione

12 Titolo

Il Master Privato MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Master Privato MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica** rilasciato da possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di **Master Privato MBA** rilasciata da rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Questo Master Privato MBA contribuisce in modo significativo allo sviluppo della preparazione continua dei professionisti, fornisce un alto valore curricolare universitario alla loro specializzazione ed è valido al 100% per partecipare a tutti i concorsi, carriere professionali e borse di lavoro.

Titolo: **Master Privato MBA in Direzione Commerciale e Marketing nell'Industria Farmaceutica**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**



*Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Master Privato
MBA in Direzione
Commerciale e Marketing
nell'Industria Farmaceutica

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Master Privato

MBA in Direzione Commerciale e
Marketing nell'Industria Farmaceutica