

Executive Master

MBA in Direzione delle
Imprese Pharma Biotech

M B A D I P B



Executive Master MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati che hanno precedentemente conseguito un titolo di studio in Scienze Economiche, Medicina, Farmacia, Biologia o Chimica

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/master/master-mba-direzione-imprese-pharma-biotech

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. 40

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 48

09

Direzione del corso

pag. 52

10

Impatto sulla tua carriera

pag. 58

11

Benefici per la tua azienda

pag. 62

12

Titolo

pag. 66

01 Benvenuto

La Direzione delle Imprese comporta sfide uniche a causa della natura regolamentata e competitiva dell'industria farmaceutica e biotecnologica. La continua evoluzione delle conoscenze scientifiche, i progressi tecnologici e i cambiamenti normativi hanno portato alla necessità di una formazione specializzata e aggiornata per i protagonisti di questo settore. I dirigenti devono possedere le conoscenze scientifiche e tecniche, oltre a comprendere gli aspetti commerciali e finanziari dell'azienda. TECH ha sviluppato un programma che consentirà agli studenti di specializzarsi nell'ambito della gestione aziendale. Il programma si svolgerà in modalità 100% online, il che fornisce agli studenti la flessibilità di poter accedere ai contenuti in qualsiasi momento e luogo, senza limiti di orario.



Master Privato MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech
TECH Università Tecnologica



“

*Grazie a TECH, apprenderei le
competenze essenziali della
gestione e della direzione aziendale”*

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo 100% online. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è un'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

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 multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 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.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 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 più di 200 nazioni differenti.

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



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

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 in 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 tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione 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.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

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

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di 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 aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

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

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, 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, considerando le diverse aree dell'azienda.

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

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

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

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

L'obiettivo principale di questa specializzazione è quello di offrire al professionista gli strumenti per poter acquisire le conoscenze e le competenze essenziali per avere successo nell'industria farmaceutica e biotecnologica. Gli studenti verranno preparati ad assumere ruoli fondamentali in ambiti come quello della ricerca e dello sviluppo dei medicinali, della gestione dei progetti, della produzione e fabbricazione di questi prodotti.



“

Con questo Master Privato, potrai aggiornare le tue conoscenze sulla Direzione Strategica nell'Industria Farmaceutica e Biotecnologica”

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti
Lavoriamo insieme per raggiungerli

Il Master Privato MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech specializza lo studente per:

01

Acquisire conoscenze sulla storia della
Direzione strategica

02

Classificare le diverse definizioni nel
corso del tempo

03

Valutare l'efficienza finanziaria

04

Ottimizzare la gestione del capitale
operativo

05

Conoscere i diversi tipi di sistemi sanitari, come la sanità
pubblica, privata/assicurazioni private e sovvenzionate



06

Valutare i bisogni insoddisfatti del paziente e la gestione della cronicità

08

Apprendere la struttura, l'organizzazione e le funzioni del Sistema Sanitario Nazionale

09

Approfondire le fasi di pianificazione dell'accesso al mercato di un nuovo farmaco

07

Comprendere che cos'è l'Accesso al Mercato e come nasce l'esigenza di questa funzione nell'industria farmaceutica

10

Rivedere i punti che dovrebbero essere analizzati in una fase precedente allo sviluppo del piano di accesso per comprendere l'ambiente e i concorrenti



11

Apprendere le capacità e l'etica del Coach

12

Comprendere l'essenza del Coaching e la sua focalizzazione sull'apprendimento

13

Acquisire una conoscenza di base dei concetti fondamentali della leadership e della loro applicazione nell'industria farmaceutica





14

Comprendere e classificare le teorie sulla leadership, esplorando il processo di leadership e i diversi stili e modelli esistenti

15

Ottenere uno strumento efficace per raggiungere i risultati

16

Definire proposte di valore uniche e differenziate

05

Competenze

Con questo Master Privato viene offerta ai professionisti un'opportunità unica per acquisire le competenze fondamentali che gli consentiranno di avere successo nel campo dell'industria farmaceutica e biotecnologica. Al termine di questo programma, i professionisti avranno acquisito le conoscenze scientifiche, tecniche, normative, di gestione aziendale e di pensiero innovativo. Saranno preparati ad affrontare le sfide e ad approfittare delle opportunità di questo settore in continua evoluzione.



“

In soli 12 mesi acquisirai conoscenze sul Marketing per Pharma Biotech e guiderai la tua carriera professionale verso nuovi orizzonti”

01

Comprendere l'importanza dell'Etica Aziendale

02

Valutare la sostenibilità ambientale nel contesto aziendale

03

Ottimizzare la catena di approvvigionamento

04

Garantire la conformità normativa



05

Valutare gli aspetti del codice etico, come il rapporto medico-paziente, la qualità dell'assistenza medica, il segreto professionale, l'obiezione scientifica, le relazioni tra medici e la pubblicità medica

06

Analizzare l'interazione dei professionisti dell'Accesso al Mercato con altri dipartimenti dell'industria farmaceutica

07

Esaminare le ultime tendenze nella valutazione dei farmaci (analisi Multicriteriale) e nell'acquisto di farmaci

08

Approfondire l'analisi economica di un farmaco, distinguendo tra valutazioni economiche parziali e complete



09

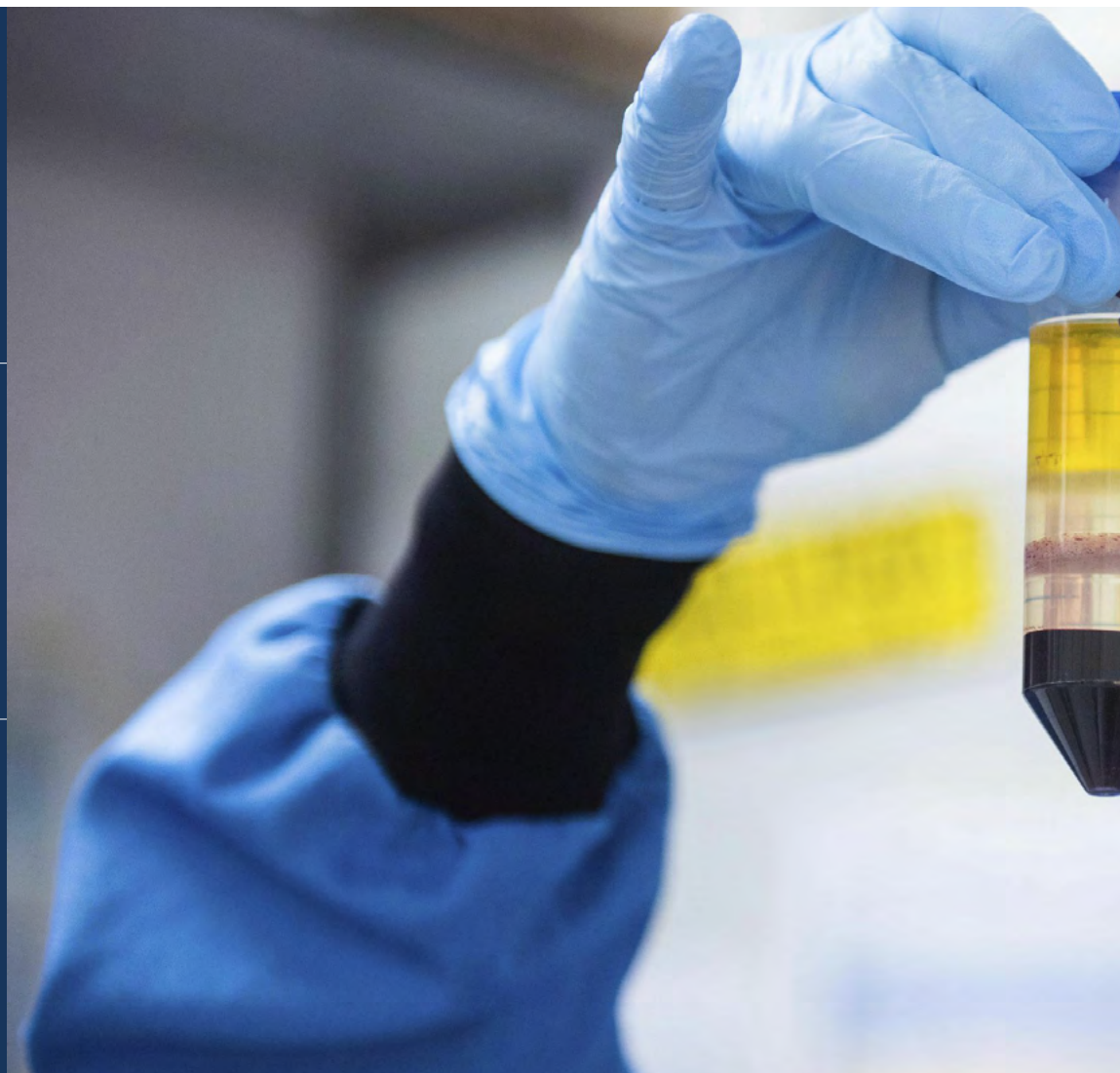
Comprendere le fasi del piano d'azione:
accompagnamento, monitoraggio e coinvolgimento

10

Sviluppare piani d'azione individuali con i membri
dell'equipe

11

Comprendere l'importanza dello sviluppo personale e
professionale dei membri dell'equipe, e l'impatto sul
successo complessivo del progetto





12

Applicare le conoscenze acquisite per lavorare al raggiungimento di un obiettivo comune attraverso lo sviluppo di un progetto specifico

13

Definire le strategie di revisione del piano

14

Stabilire indicatori oggettivi del raggiungimento del piano

06

Struttura e contenuti

Il Master Privato MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech si concentra sugli aspetti interdisciplinari dell'industria farmaceutica e biotecnologica, distinguendosi per la sua ampiezza e attualità. Gli studenti acquisiranno conoscenze in ambiti fondamentali che vanno dalla scoperta e sviluppo di farmaci alla produzione e alla fabbricazione di questi prodotti. Approfondiranno inoltre la gestione della qualità, la regolamentazione e la conformità normativa, nonché le applicazioni della biotecnologia nel settore farmaceutico.



“

*Con il metodo Relearning
apprenderai concetti complessi con
minor sforzo e maggior rendimento”*

Piano di studi

Una delle principali novità di questo master è l'esplorazione di argomenti emergenti di grande rilevanza, come la medicina personalizzata, la terapia genica e l'applicazione dell'intelligenza artificiale nella ricerca farmaceutica. Questo approccio completo e aggiornato garantirà agli studenti di essere preparati ad affrontare le sfide e a cogliere le opportunità di questo settore in continua evoluzione.

Nell'arco di 12 mesi, questa qualifica offrirà un'esperienza di apprendimento unica ed efficace che getta le basi per un futuro promettente e di successo nella Direzione delle Imprese Pharma Biotech. Verranno affrontati temi quali la storia, i livelli e le definizioni della gestione strategica, i fondamenti e le applicazioni del marketing in questo settore. Verranno esplorate le principali aree di interesse del controllo finanziario e operativo nell'industria farmaceutica e biotecnologica.

Verrà inoltre esaminata la medicina incentrata sul paziente e verranno descritti nel dettaglio i passi da compiere per ottenere l'accesso a un nuovo farmaco. Il corso affronterà anche il ruolo dei medici nell'industria farmaceutica, evidenziando il loro lavoro informativo sui progressi terapeutici e sulla necessità di competenze scientifiche e comunicative.

TECH ha progettato questa specializzazione in modalità 100% online, che dispone di un'ampia biblioteca di risorse multimediali, come riassunti interattivi e letture specializzate. È possibile accedere al corso da qualsiasi dispositivo dotato di connessione a internet. Un piano di studio che si adatta agli obiettivi professionali e che spinge lo studente verso l'eccellenza nel campo farmaceutico e biotecnologico. Il programma offrirà contenuti innovativi, basati sulle ultime tendenze. E grazie al metodo *Relearning*, il professionista acquisirà concetti complessi in minor tempo e con maggiore efficienza.

Questo Master Privato ha una durata di 12 mesi ed è suddiviso in 10 moduli:

Modulo 1	Direzione Strategica nell'Industria Farmaceutica e Biotecnologica
Modulo 2	Marketing in <i>Pharma Biotech</i>
Modulo 3	Controllo, Operazioni e Finanza
Modulo 4	Gestione sanitaria digitale: innovazione Tecnologica nel Settore della Salute
Modulo 5	Accesso al Mercato (<i>market access</i>) (1). Organizzazione e Processi
Modulo 6	Accesso al Mercato (<i>market access</i>) (2). Strumenti e Strategie
Modulo 7	Coaching Completo in <i>Pharma Biotech</i>
Modulo 8	Il Dipartimento Medico
Modulo 9	La Leadership delle Equipe Farmaceutiche
Modulo 10	Il Business Plan nel Territorio



Dove, quando e come si svolge?

TECH ti offre la possibilità di svolgere questo Master Privato MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech in modalità completamente online. Durante i 12 mesi di durata della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, autogestendo il proprio tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, fondamentale e
decisiva per potenziare
la tua crescita
professionale e dare
una svolta definitiva.*

Modulo 1. Direzione Strategica nell'Industria Farmaceutica e Biotechologica

1.1. Strategie di accesso al mercato

- 1.1.1. Ricerche di mercato
- 1.1.2. Partner strategici
- 1.1.3. Strategie più usate
- 1.1.4. Monitoraggio e adattamento

1.2. La Direzione Strategica nell'Impresa Farmaceutica

- 1.2.1. I livelli di direzione strategica
- 1.2.2. L'innovazione
- 1.2.3. Portfolio
- 1.2.4. Acquisizioni

1.3. La Creazione del Valore nell'Impresa

- 1.3.1. I 6 tipi di generazione del valore dell'impresa
- 1.3.2. Prestazioni in azienda
- 1.3.3. Esempi del settore
- 1.3.4. Conclusioni

1.4. L'ambiente aziendale farmaceutico e biotechologico

- 1.4.1. Ambiente VUCA
- 1.4.2. Analisi PESTEL
- 1.4.3. Analisi delle 5 Forze di Porter
- 1.4.4. Analisi DAFO

1.5. Analisi Interna

- 1.5.1. Analisi della Catena del Valore
- 1.5.2. Analisi delle Risorse e delle Competenze
- 1.5.3. Analisi VRIO
- 1.5.4. Conclusioni

1.6. Strategic Business Unit

- 1.6.1. Strategic Business Unit
- 1.6.2. Il Vantaggio Competitivo
- 1.6.3. Tipi di Strategie secondo il proprio Vantaggio Competitivo
- 1.6.4. Conclusioni

1.7. Strategia Aziendale e Diversificazione

- 1.7.1. Strategia Aziendale
- 1.7.2. Strategia del Portafoglio Aziendale
- 1.7.3. Strategia di Crescita
- 1.7.4. Strategie più usate

1.8. Strategia di internazionalizzazione

- 1.8.1. Strategia internazionale di un'Azienda
- 1.8.2. La Globalizzazione dell'Economia
- 1.8.3. Rischi dell'Internazionalizzazione
- 1.8.4. Benefici dell'Internazionalizzazione

1.9. Alleanze Strategiche, Acquisizioni e Fusioni

- 1.9.1. Strategia di Crescita Esterna vs. Crescita Interna
- 1.9.2. Alleanze nell'Industria Farmaceutica
- 1.9.3. Fusioni nel settore
- 1.9.4. Acquisizioni nel settore

1.10. Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa

- 1.10.1. Etica Aziendale
- 1.10.2. Sostenibilità Ambientale
- 1.10.3. Responsabilità sociale
- 1.10.4. Ecologia sostenibile

Modulo 2. Marketing in Pharma Biotech**2.1. Omnichannel, ripercussioni ed engagement**

- 2.2.1. Marketing d'impatto
- 2.2.2. Canali generici e social network
- 2.2.3. *Community Management*
- 2.2.4. E-detailing e CRM nell'ambiente digitale
- 2.2.5. Pubblicità programmatica
- 2.2.6. Analisi e indicatori di business

2.2. Segmentazione, posizionamento e targeting

- 2.2.1. Segmentazione
- 2.2.2. La mappa del posizionamento
- 2.2.3. Il Targeting
- 2.2.4. Conclusione

2.3. Ricerche di Mercato

- 2.3.1. Sistema di Marketing
- 2.3.2. Raccolta delle informazioni
- 2.3.3. Processo di Ricerca
- 2.3.4. Conclusioni

2.4. Gestione del Brand e Neuromarketing

- 2.4.1. Il Branding
- 2.4.2. Tipi di Branding
- 2.4.3. Il Neuromarketing e la sua applicazione nell'Industria Farmaceutica
- 2.4.4. Conclusioni

2.5. Piano di Digital Marketing

- 2.5.1. Introdurre il Digital Marketing nella Strategia Globale del Marketing
- 2.5.2. Community Manager
- 2.5.3. Piano di Digital Marketing
- 2.5.4. Pubblico di riferimento

2.6. E-Commerce

- 2.6.1. Il funnel di conversione
- 2.6.2. Promozione dell'E-Commerce
- 2.6.3. Parametri
- 2.6.4. Piattaforma di e-Commerce

2.7. Strategie digitali

- 2.7.1. Strategie di comunicazione nei social media. Co-creazione di contenuti
- 2.7.2. Marketing dei contenuti e influencer
- 2.7.3. Digital Marketing come supporto alla leadership nell'ambito terapeutico
- 2.7.4. Associazione di pazienti

2.8. Progettazione dei programmi digitali

- 2.8.1. Definizione degli obiettivi
- 2.8.2. Programmi a sostegno delle strategie di branding: *disease awareness, switching ed engagement*
- 2.8.3. Il digital marketing e la rete commerciale
- 2.8.4. Target

2.9. Analisi dei dati e Intelligenza Artificiale

- 2.9.1. Applicazioni dei Big Data nell'industria farmaceutica
- 2.9.2. Strumenti dell'intelligenza artificiale come supporto diagnostico
- 2.9.3. Strumenti dell'intelligenza artificiale come supporto nella gestione del paziente
- 2.9.4. Ultime novità

2.10. Altre tecnologie

- 2.10.1. Registri elettronici e raccolta di informazioni
- 2.10.2. Web 3 e nuove tendenze nell'economia del token. Impatto nell'industria farmaceutica
- 2.10.3. Realtà virtuale, aumentata e mista
- 2.10.4. Metaverso

Modulo 3. Controllo, Operazioni e Finanza

3.1. Gestione dei costi

- 3.1.1. Controllo dei costi di produzione
- 3.1.2. Ottimizzazione dei costi di produzione
- 3.1.3. Commercializzazione
- 3.1.4. Distribuzione

3.2. Analisi della redditività per prodotto

- 3.2.1. Analisi quantitativa
- 3.2.2. Analisi qualitativa
- 3.2.3. Valutazione della redditività
- 3.2.4. Conclusioni

3.3. Gestione della catena di approvvigionamento

- 3.3.1. Valutazione catena di approvvigionamento
- 3.3.2. Controllo della catena di approvvigionamento
- 3.3.3. Produzione
- 3.3.4. Logistica

3.4. Gestione dell'inventario

- 3.4.1. Controllo dell'inventario
- 3.4.2. Ottimizzazione dell'inventario
- 3.4.3. Analisi dell'inventario
- 3.4.4. Conclusioni

3.5. Controllo di qualità

- 3.5.1. Sistemi di qualità
- 3.5.2. Sicurezza
- 3.5.3. Efficacia
- 3.5.4. Efficienza

3.6. Gestione dei rischi

- 3.6.1. Identificazione
- 3.6.2. Valutazione dei rischi
- 3.6.3. Gestione dei rischi
- 3.6.4. Operativi e normativi associati all'industria farmaceutica e biotecnologica

3.7. Analisi degli investimenti

- 3.7.1. Valutazione della redditività finanziaria
- 3.7.2. Strategia del progetto d'investimento
- 3.7.3. Sviluppo di nuovi prodotti
- 3.7.4. Espansione in nuovi mercati

3.8. Controllo dei costi di ricerca e sviluppo

- 3.8.1. Monitoraggio delle spese
- 3.8.2. Controllo delle spese
- 3.8.3. Analisi delle spese
- 3.8.4. Conclusioni

3.9. Gestione della proprietà intellettuale

- 3.9.1. Valutazione delle tendenze di mercato
- 3.9.2. Competenze
- 3.9.3. Domanda di prodotti
- 3.9.4. Strategie di prezzo

3.10. Gestione dei progetti

- 3.10.1. Pianificazione
- 3.10.2. Monitoraggio
- 3.10.3. Controllo di progetti strategici
- 3.10.4. Controllo di progetti operativi

Modulo 4. "Gestione sanitaria digitale: innovazione Tecnologica nel Settore Sanitario"**4.1. Sistemi di informazione ospedaliera**

- 4.1.1. Implementazione
- 4.1.2. Gestione dei sistemi informativi ospedalieri
- 4.1.3. Cartelle cliniche elettroniche
- 4.1.4. Interoperabilità dei sistemi informativi

4.2. Tecnologia e sanità digitale

- 4.2.1. Visite mediche a distanza
- 4.2.2. Piattaforme di telemonitoraggio
- 4.2.3. Monitoraggio dei pazienti
- 4.2.4. Applicazioni mobili per la salute e il benessere

4.3. Big data e analisi dei dati nella sanità

- 4.3.1. Gestione e analisi di grandi volumi di dati sanitari
- 4.3.2. Uso dell'analisi predittiva per il processo decisionale
- 4.3.3. La privacy
- 4.3.4. Sicurezza dei dati sanitari

4.4. Intelligenza artificiale e apprendimento automatico nella sanità

- 4.4.1. Applicazioni dell'intelligenza artificiale nella diagnosi medica
- 4.4.2. Algoritmi di apprendimento automatico per il rilevamento di pattern
- 4.4.3. Chatbots
- 4.4.4. Assistenti virtuali nell'assistenza sanitaria

4.5. Internet delle Cose (IoT) nella sanità

- 4.5.1. Dispositivi medici connessi e monitoraggio remoto
- 4.5.2. Infrastrutture ospedaliere intelligenti
- 4.5.3. Applicazione IoT nella gestione dell'inventario
- 4.5.4. Forniture

4.6. Cybersicurezza nella sanità

- 4.6.1. Protezione dei dati sanitari e conformità normativa
- 4.6.2. Prevenzione degli attacchi informatici
- 4.6.3. Ransomware
- 4.6.4. Audit di sicurezza e gestione degli incidenti

4.7. Realtà virtuale (RV) e realtà aumentata(RA) in medicina

- 4.7.1. Preparazione medica con simulatori di RV
- 4.7.2. Applicazioni della RA nella chirurgia assistita
- 4.7.3. Guide chirurgiche
- 4.7.4. Terapia e riabilitazione attraverso la RV

4.8. La robotica in medicina

- 4.8.1. Uso di robot chirurgici nelle procedure mediche
- 4.8.2. Automazione di compiti in ospedali e laboratori
- 4.8.3. Protesi
- 4.8.4. Assistenza robotica nella riabilitazione

4.9. Analisi delle immagini mediche

- 4.9.1. Elaborazione delle immagini mediche e analisi computazionale
- 4.9.2. Diagnostica per immagini assistita da computer
- 4.9.3. Immagini mediche in tempo reale
- 4.9.4. 3D.

4.10. Blockchain nella sanità

- 4.10.1. Sicurezza e tracciabilità dei dati sanitari con la blockchain
- 4.10.2. Scambio di informazioni mediche tra istituzioni
- 4.10.3. Gestione dei consensi informati
- 4.10.4. La privacy

Modulo 5. Accesso al Mercato (market access) (1). Organizzazione e Processi

5.1. Accesso al Mercato nell'industria farmaceutica

- 5.1.1. Che cosa si intende per Accesso al Mercato?
- 5.1.2. Perché è necessario un dipartimento per l'Accesso al Mercato?
- 5.1.3. Funzioni del dipartimento di Accesso al Mercato
- 5.1.4. Conclusioni

5.3. Autorizzazione e registrazione di nuovi medicinali

- 5.3.1. Autorità Sanitarie
- 5.3.2. Agenzia Europea per i Medicinali (EMA)
- 5.3.3. Processo di autorizzazione alla commercializzazione di un nuovo medicinale: processi centralizzati, decentralizzati e di mutuo riconoscimento

5.4. Valutazione dei nuovi farmaci a livello nazionale

- 5.4.1. Agenzie di Valutazione delle Tecnologie Sanitarie
- 5.4.2. Internazionali
- 5.4.3. Europee
- 5.4.5. Rapporti di Posizionamento Terapeutico
- 5.4.6. Decisori e influencer

5.5. Altre valutazioni dei nuovi farmaci

- 5.5.1. Valutazioni del gruppo GENESIS
- 5.5.2. Valutazioni regionali
- 5.5.3. Valutazioni nelle farmacie ospedaliere: Comitati di Farmaci e Terapie
- 5.5.4. Altre valutazioni

5.6. Dall'autorizzazione di un farmaco alla sua disponibilità per il paziente

- 5.6.1. Processo di richiesta di prezzo e rimborso per i nuovi farmaci
- 5.6.2. Commercializzazione e condizioni di finanziamento
- 5.6.3. Procedura di accesso ai farmaci a livello ospedaliero
- 5.6.4. Procedura di accesso ai farmaci distribuiti nelle altre farmacie
- 5.6.5. Accesso ai farmaci generici e biosimilari

5.7. Finanziamento dei farmaci

- 5.7.1. Schemi di finanziamento tradizionali e nuovi
- 5.7.2. Accordi innovativi
- 5.7.3. Accordi di condivisione del rischio (RSA)
- 5.7.4. Tipologie di (RSA)
- 5.7.5. Criteri di selezione delle RSA

5.8. Processo di acquisto dei farmaci

- 5.8.1. Contrattazione pubblica
- 5.8.2. Acquisti centralizzati di medicinali e i prodotti sanitari
- 5.8.3. Accordi quadro
- 5.8.4. Conclusioni

5.9. Dipartimento di Accesso al Mercato (1). Profili Professionali

- 5.9.1. Evoluzione del profilo dei professionisti di Accesso al Mercato
- 5.9.2. Profili professionali nell'Accesso al Mercato
- 5.9.3. Direttore dell'Accesso al Mercato (Market Access Manager)
- 5.9.4. Farmacoeconomia
- 5.9.5. Prezzo (Pricing)
- 5.9.6. Key Account Manager

5.10. Dipartimento di Accesso al Mercato (2). Interazione con altri dipartimenti dell'industria farmaceutica

- 5.10.1. Marketing e Vendite
- 5.10.2. Dipartimento Medico
- 5.10.3. Relazioni Istituzionali
- 5.10.4. Regulatory
- 5.10.5. Comunicazione

Modulo 6. Accesso al Mercato (market access) (2). Strumenti e Strategie

6.1. Pianificazione dell'accesso al mercato di un medicinale

- 6.1.1. Analisi dello scenario attuale: gestione della malattia, concorrenza
- 6.1.2. Segmentazione delle regioni e dei conti
- 6.1.3. Società Scientifiche
- 6.1.4. Associazioni di Pazienti
- 6.1.5. Progettazione della strategia
- 6.1.6. Cronologia dell'implementazione della strategia

6.2. Gestione dell'accesso al mercato di un medicinale

- 6.2.1. Gestione dell'accesso a livello regionale
- 6.2.2. Accesso al mercato di medicinali per uso ospedaliero. Gestione e strategia della farmacia ospedaliera
- 6.2.3. Accesso al mercato di medicine per altre farmacie
- 6.2.4. Gestione e strategia di farmaci per l'assistenza primaria

6.3. Valore clinico di un medicinale

- 6.3.1. Valore basato sullo sviluppo clinico
- 6.3.2. Studi sulla vita reale
- 6.3.3. (RWD/RWE)
- 6.3.4. Conclusioni

6.4. Valore percepito dal paziente

- 6.4.1. Variabili riportate dal paziente (o Patient Reported Outcomes, PRO)
- 6.4.2. Qualità di vita correlata alla salute (HRQoL)
- 6.4.3. Soddisfazione per il trattamento
- 6.4.4. Inclusione delle preferenze del paziente

6.5. Tipi di analisi economiche

- 6.5.1. Tipi di analisi economiche
- 6.5.2. Parametri da definire
- 6.5.3. Valutazioni economiche parziali
- 6.5.4. Costo e peso della malattia
- 6.5.5. Costo delle conseguenze

6.6. Studi di analisi economica

- 6.6.1. Studi sull'impatto di Bilancio
- 6.6.2. Crescita del mercato
- 6.6.3. Rischi connessi
- 6.6.4. Proprietà intellettuale

6.7. Valutazione dell'analisi economica

- 6.7.1. Valutazioni economiche complete
- 6.7.2. Analisi costo-efficacia
- 6.7.3. Analisi costo-utilità
- 6.7.4. Analisi costo-beneficio
- 6.7.5. Regole decisionali

6.8. Dossier di valore di un medicinale

- 6.8.1. Contenuti del dossier di valore
- 6.8.2. Valore clinico del medicinale
- 6.8.3. Valore economico del medicinale
- 6.8.4. Dimostrazione del valore del medicinale per il sistema sanitario
- 6.8.5. Adattamento del dossier alle diverse Comunità Autonome

6.9. Documenti necessari per la richiesta di prezzo e rimborso

- 6.9.1. Documenti necessari
- 6.9.2. Documenti facoltativi
- 6.9.3. Documenti relativi al prezzo
- 6.9.4. Documenti di rimborso

6.10. Nuove tendenze

- 6.10.1. Acquisto basato sul valore
- 6.10.2. Analisi Multicriteriale (AMC)
- 6.10.3. Appalti pubblici innovativi
- 6.10.4. Ultime tendenze

Modulo 7. Coaching Completo in Pharma Biotech

7.1. Fondamenti del Coaching in Pharma Biotech

- 7.1.1. Capacità ed etica del Coaching
- 7.1.2. L'essenza del Coaching
- 7.1.3. Imparare ad imparare
- 7.1.4. Film consigliato: La forza del campione

7.2. Il processo di Coaching - Scuole e Modelli

- 7.2.1. Apporti del Coaching nordamericano
- 7.2.2. Contributi del coaching umanistico-europeo
- 7.2.3. Apporti del Coaching Ontologico
- 7.2.4. Conclusioni

7.3. Il Coachee-Cliente

- 7.3.1. Presente - rottura - obiettivi
- 7.3.2. Come conoscere la situazione di ogni persona in un'equipe di professionisti e quindi essere in grado di superare i problemi al fine di raggiungere gli obiettivi
- 7.3.3. Conoscere la situazione attuale attraverso lo strumento "LA RUOTA DELLA VITA PROFESSIONALE"
- 7.3.4. Conclusioni

7.4. Situazione Ideale

- 7.4.1. Dove andare
- 7.4.2. Individuare la meta, visione e precisazione degli obiettivi. Sia come professionista singolo che come coordinatore di un'equipe
- 7.4.3. Modello Grow
- 7.4.4. Esempio: Un Mandala per ogni membro dell'equipe

7.5. Tecnica. La nostra Mente

- 7.5.1. Modelli Mentali
- 7.5.2. Osservare, Distinguere
- 7.5.3. Credenze, Giudizi
- 7.5.4. Fatti e Opinioni

7.6. Tecnica. Il linguaggio

- 7.6.1. Postulati fondamentali dell'ontologia del linguaggio secondo Rafael Echevarría
- 7.6.2. Capacità d'Ascolto, del Silenzio e della Parola
- 7.6.3. Libri consigliati
- 7.6.4. Rafael Echevarría. Ontologia del Linguaggio
- 7.6.5. Leonardo Wolk. L'Arte di Soplar Brasas

7.7. Tecnica. L'Emozione.

- 7.7.1. Gestione e intelligenza emotiva
- 7.7.2. Legittimare l'emozione per gestirla nelle dimensioni linguistiche
- 7.7.3. Emotive
- 7.7.4. Conclusioni

7.8. Tecnica - Corporalità

- 7.8.1. Chi sono a partire dal mio corpo?
- 7.8.2. La postura e il movimento
- 7.8.3. Tendenze che agevolano o ostacolano le conversazioni con il corpo
- 7.8.4. Conclusioni

7.9. Domande potenti. Come usare le domande per aiutare ogni membro dell'equipe a trovare la versione migliore di sé stesso

- 7.9.1. Determinare il profilo del nostro cliente e progettare un piano d'azione
- 7.9.2. Domande di Coaching per riconnettersi
- 7.9.3. Domande di Coaching per cambiare prospettiva

- 7.9.4. Domande di Coaching per prendere coscienza
- 7.9.5. Domande di Coaching per intervenire
- 7.9.6. Domande di Coaching per definire gli obiettivi
- 7.9.7. Domande di Coaching per pianificare un piano d'azione
- 7.9.8. Domande di Coaching affinché il cliente possa trovare soluzioni

7.10. L'Azione

- 7.10.1. Fasi del Piano d'Azione
- 7.10.2. Accompagnamento
- 7.10.3. Monitoraggio
- 7.10.4. Compromesso
- 7.10.5. Come elaborare un piano d'azione con ciascun delegato dell'equipe

Modulo 8. Il Dipartimento Medico

8.1. Il Dipartimento Medico

- 8.1.1. Struttura generale del dipartimento medico nelle differenti industrie
- 8.1.2. Obiettivo e funzioni del dipartimento
- 8.1.3. Ruoli del dipartimento medico
- 8.1.4. Rapporti con altri dipartimenti. Marketing, Accesso, Vendite, ecc.
- 8.1.5. Sbocchi professionali nel dipartimento medico nell'industria Farmaceutica

8.2. Studi Clinici

- 8.2.1. Fondamenti dello Sviluppo Clinico
- 8.2.2. Legislazione negli studi clinici
- 8.2.3. Tipi di studi clinici
- 8.2.4. Fasi degli studi clinici
 - 8.2.4.1. Studi clinici in fase I
 - 8.2.4.2. Studi clinici in fase II
 - 8.2.4.3. Studi clinici in fase III
 - 8.2.4.4. Studi clinici in fase IV

8.3. Metodologia degli Studi Clinici

- 8.3.1. Progettazione di studi clinici
- 8.3.2. Fasi nello sviluppo dello studio clinico
- 8.3.3. Fattibilità degli studi clinici
- 8.3.4. Identificazione e Selezione dei Centri e dei Ricercatori
- 8.3.5. Materiali e Strategie di Reclutamento
- 8.3.6. Contratti con i Centri di Ricerca
- 8.3.7. Protocollo
- 8.3.8. Foglio informativo al paziente e consenso informativo

8.4. Monitoraggio degli Studi: Monitoraggio e controllo

- 8.4.1. Visita di Monitoraggio
 - 8.4.1.1. Visita Pre-Studio
 - 8.4.1.2. Visita Iniziale
 - 8.4.1.3. Visita di Monitoraggio
 - 8.4.1.4. Visita di Chiusura
- 8.4.2. Monitoraggio da Remoto
- 8.4.3. Rapporti sulla Visita di Monitoraggio
- 8.4.4. Gestione dei dati. Ottenimento dei risultati

8.5. Studi di Pratica Clinica Reale. RWE

- 8.5.1. Studi RWE: progettazione, analisi, minimizzazione dei bias
- 8.5.2. Tipologie di Studi di RWE
- 8.5.3. Integrazione nel piano medico
- 8.5.4. Raccolta e comunicazione dei risultati
- 8.5.5. Sfide attuali nell'uso delle evidenze e delle conoscenze della RWE
- 8.5.6. Come la RWE può supportare il processo decisionale durante il ciclo di vita del prodotto
- 8.5.7. *Investigator Initiated Studies/Trials e Research Collaborations*

8.6. Il Dipartimento di Medical Affairs

- 8.6.1. Che cos'è il dipartimento di *Medical Affairs*?
 - 8.6.1.1. Obiettivo e funzioni del dipartimento
 - 8.6.1.2. Struttura generale del dipartimento nelle differenti industrie
 - 8.6.1.3. Interazioni tra il *Medical Affairs* e altri dipartimenti (Operazioni Cliniche & Dipartimenti Commerciali)
 - 8.6.1.4. Il rapporto tra le problematiche mediche e il ciclo di vita del prodotto
- 8.6.2. Creazione di programmi all'avanguardia per la generazione di dati
- 8.6.3. Il ruolo di co-leadership del *Medical Affairs* in società farmaceutiche multifunzionali

8.7. Ruoli nel Dipartimento di Medical Affairs

- 8.7.1. Ruolo del Medical Advisor
- 8.7.2. Funzioni del Medical Advisor
- 8.7.3. Tattiche di coinvolgimento con gli operatori sanitari
 - 8.7.3.1. *Advisory Board* e programmi di promozione
 - 8.7.3.2. Pubblicazioni scientifiche
 - 8.7.3.3. Pianificazione di congressi scientifici
- 8.7.4. Elaborazione di un piano di comunicazione medica
- 8.7.5. Pianificazione di strategie mediche del prodotto

- 8.7.6. Gestione di progetti medici e studi basati su dati della pratica clinica reale (RWE)
- 8.7.7. Ruolo del *Medical Science Liaison*
 - 8.7.7.1. Funzioni del MSL: comunicazione medica e interlocutori
 - 8.7.7.2. Realizzazione di progetti medici e di gestione del territorio
 - 8.7.7.3. *Investigator Initiated Studies/Trials e Research Collaborations*
 - 8.7.7.4. Comunicazione scientifica e raccolta di Insights

8.8. Compliance nel dipartimento di Medical Affairs

- 8.8.1. Concetto di *compliance* nel dipartimento medico
 - 8.8.1.1. Promozione di medicinali soggetti a prescrizione medica
 - 8.8.1.2. Correlazione con i Professionisti e le Organizzazioni Sanitarie
 - 8.8.1.3. Interrelazione con le Organizzazioni di Pazienti
- 8.8.2. Definizione di *On Label/Off Label*
- 8.8.3. Differenze tra dipartimento commerciale e medical affairs
- 8.8.4. Codice di Buona pratica clinica nella promozione e informazione medica

8.9. Informazioni Mediche

- 8.9.1. Piano completo di comunicazione
- 8.9.2. Mezzi di comunicazione e piano omnichannel
- 8.9.3. Integrazione del piano di comunicazione nel piano medico
- 8.9.4. Risorse informative in biomedicina
 - 8.9.4.1. Fonti internazionali: *Pubmed, Embase, WOS*, ecc.
 - 8.9.4.2. Fonti in America Latina: *Indici CSIC, Ibecs, LILACS*, ecc.
 - 8.9.4.3. Fonti per gli studi clinici: *WHO, ClinicalTrials, CENTRAL di Cochrane*, ecc.
 - 8.9.4.4. Fonti di informazioni sui farmaci: *Bot Plus Web, FDA*, ecc.
 - 8.9.4.5. Altre risorse: organismi ufficiali, siti web, società scientifiche, associazioni, agenzie di valutazione, ecc.

8.10. Farmacovigilanza

- 8.10.1. Farmacovigilanza in Studi Clinici
 - 8.10.1.1. Quadro Legale e Definizioni
 - 8.10.1.2. Gestione di Eventi Avversi
- 8.10.2. Segnalazione di Eventi Avversi, Eudravigilance
- 8.10.3. Rapporti Periodici sulla Sicurezza
- 8.10.4. Farmacovigilanza in Altri Studi Clinici: Studi post-autorizzazione

Modulo 9. Leadership delle Equipe Farmaceutiche

9.1. La leadership

- 9.1.1. Introduzione alla leadership
- 9.1.2. Potere e influenza
- 9.1.3. Che cos'è la leadership?
- 9.1.4. Conclusioni

9.2. Teoria sulla leadership

- 9.2.1. Il processo di leadership
- 9.2.2. Stili di leadership
- 9.2.3. Modelli di leadership
- 9.2.4. Evoluzione

9.3. Abilità di leadership

- 9.3.1. Comunicazione
- 9.3.2. Compromesso
- 9.3.3. Motivazione
- 9.3.4. Processo decisionale

9.4. Gestione dell'Equipe

- 9.4.1. Organizzazione
- 9.4.2. Gestione del tempo
- 9.4.3. Pianificazione e obiettivi
- 9.4.4. Valutazioni dell'equipe

9.5. Competenze per la gestione dell'equipe

- 9.5.1. Mete
- 9.5.2. Obiettivi
- 9.5.3. Gestione del tempo
- 9.5.4. Gestione dei problemi

9.6. Processo decisionale

- 9.6.1. Processo
- 9.6.2. Processo decisionale nell'equipe
- 9.6.3. Decisioni strategiche
- 9.6.4. Decisioni etiche

9.7. Comunicazione, parte del successo

- 9.7.1. Comunicazione esterna
- 9.7.2. Comunicazione interna
- 9.7.3. Comunicazione di crisi
- 9.7.4. Comunicazione interculturale

9.8. Negoziazione e Gestione dei Conflitti

- 9.8.1. Strategie di comunicazione
- 9.8.2. Competenze
- 9.8.3. Gestione dei conflitti
- 9.8.4. Negoziazione in equipe

9.9. Sviluppo Personale

- 9.9.1. Equipe
- 9.9.2. Motivazione
- 9.9.3. Visibilità
- 9.9.4. Conclusioni

9.10. Obiettivo comune, sviluppo di un progetto

- 9.10.1. Obiettivo comune, qual è
- 9.10.2. Equipe multidisciplinari
- 9.10.3. Costruzione di alleanze
- 9.10.4. Strategie più usate

Modulo 10. Il Business Plan nel Territorio

10.1. I business plan

- 10.1.1. Che cos'è un piano di business
- 10.1.2. Proposito e obiettivi dei business plan
- 10.1.3. Perché è importante fare un business plan
- 10.1.4. Quando bisogna fare un business plan

10.2. Contesto dell'industria farmaceutica

- 10.2.1. Situazione strutturale dell'industria farmaceutica
- 10.2.2. Persone e dipartimenti essenziali nello sviluppo di un piano d'azione
- 10.2.3. Direzione Generale
 - 10.2.3.1. Direzione di Vendite
 - 10.2.3.2. Dipartimento di Marketing
 - 10.2.3.3. Dipartimento Medico
 - 10.2.3.4. Dipartimento Finanziario
 - 10.2.3.5. Dipartimento Normativo
- 10.2.4. Sfide attuali dell'industria farmaceutica

10.3. Fasi per definire un business plan

- 10.3.1. Definire l'obiettivo
- 10.3.2. Descrizione del prodotto: caratteristiche fondamentali
- 10.3.3. Informazioni necessarie per realizzare un piano
- 10.3.4. Allineamento con la strategia
- 10.3.5. Definizione dei tempi
- 10.3.6. Definizione delle risorse
- 10.3.7. Stabilire i risultati

10.4. Piano commerciale e di marketing

- 10.4.1. Risorse commerciali per stabilire un piano
- 10.4.2. Scelta di un piano in base all'obiettivo
- 10.4.3. Strategie di marketing: allineamento
- 10.4.4. Risorse di marketing come leva

10.5. Analisi dei clienti

- 10.5.1. Gestione delle relazioni con i clienti
- 10.5.2. Individuare le necessità dei clienti
- 10.5.3. Comunicazione con i clienti
- 10.5.4. Conclusioni

10.6. Analisi della concorrenza

- 10.6.1. Segmentazione del mercato
- 10.6.2. Analisi competitiva del prodotto
- 10.6.3. Strategie commerciali nei confronti della concorrenza
- 10.6.4. Piani di espansione
- 10.6.5. Piani di difesa

10.7. Analisi economica del business plan

- 10.7.1. Stima dei costi e degli obiettivi
- 10.7.2. Fonti e strategia di investimento
- 10.7.3. Analisi dei rischi finanziari
- 10.7.4. Valutazione del ritorno sull'investimento

10.8. Implementazione e monitoraggio del business plan

- 10.8.1. Agenda del business plan
- 10.8.2. Monitoraggio del processo e meccanismi di revisione secondo l'evoluzione
- 10.8.3. KPI: indicatori oggettivi dei risultati
- 10.8.4. Conclusioni

10.9. Analisi finale del business plan

- 10.9.1. Rispetto delle scadenze
- 10.9.2. Analisi dei risultati
- 10.9.3. Analisi del bilancio

10.10. Piano di marketing pharma biotech

- 10.10.1. Analisi di mercato
- 10.10.2. Competenza
- 10.10.3. Pubblico di riferimento
- 10.10.4. Posizionamento del brand

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 Master Privato è rivolto a laureati che hanno precedentemente completato una qualsiasi qualifica nel campo delle Scienze Economiche, della Medicina, della Farmacia, della Biologia o della Chimica.

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

Potranno realizzare questo Master Privato anche professionisti che, essendo in possesso di titoli universitari di altre specializzazioni, abbiano esperienza lavorativa di almeno due anni nell'ambito medico o farmaceutico.





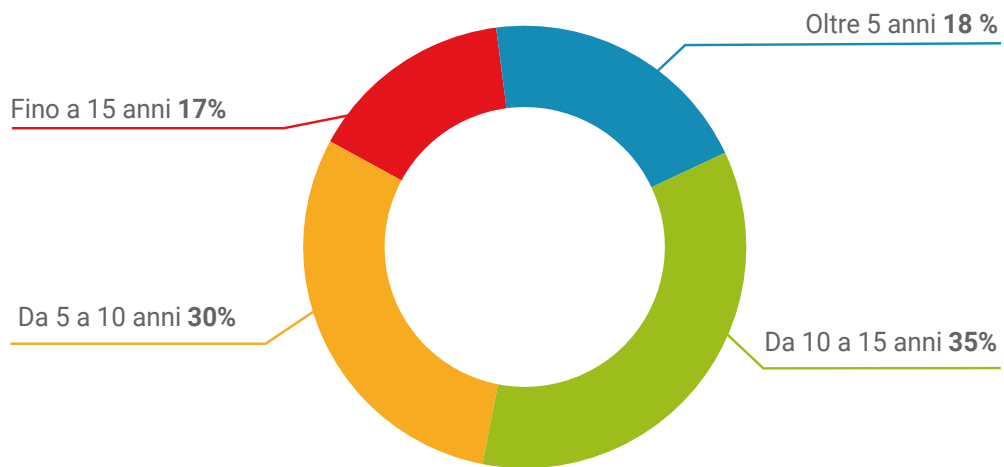
“

Apprenderai conoscenze sull'Accesso al Mercato, l'Organizzazione e i Processi grazie ai migliori professionisti ed esperti dell'industria farmaceutica e biotecnologica”

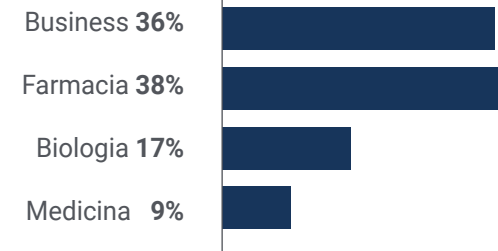
Età media

Da **35** e **45** anni

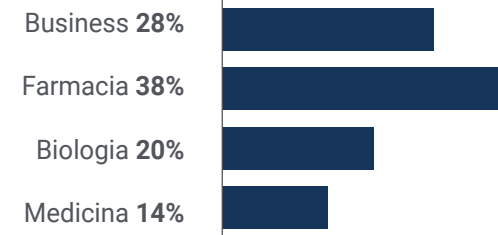
Anni di esperienza



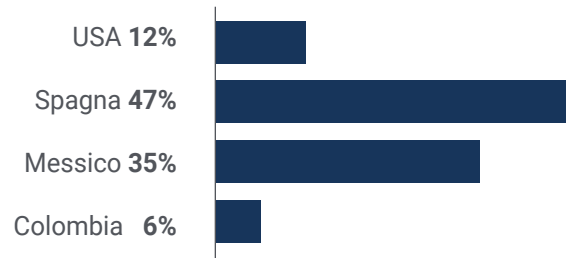
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Luis Fernández

Manager di un ente farmaceutico

"Il programma mi ha fornito una combinazione unica di conoscenze scientifiche, competenze commerciali e acquisizione degli aspetti normativi dell'industria farmaceutica e biotecnologica. I professori sono rinomati esperti nei loro rispettivi ambiti e il loro approccio pratico mi ha permesso di applicare i concetti acquisiti a situazioni industriali reali"

09

Direzione del corso

Con l'obiettivo di fornire un'istruzione di eccellente qualità, TECH ha selezionato un personale docente di prestigio per questo programma. Garantendo agli studenti l'accesso a un insegnamento sviluppato da rinomati professionisti, con una vasta esperienza nell'ambito Farmaceutico, Medico ed Economico. Gli studenti riceveranno una qualifica di primo livello che li stimolerà ad eccellere e a progredire velocemente nella propria carriera professionale.



“

*Apprenderai le ultime tendenze e i progressi
in materia di Controllo, Operazioni e Finanza,
grazie a questo Corso Universitario 100% online”*

Direzione



Dott. Cardenal Otero, César

- ♦ Dirigente Farmabiomedico presso Amgen
- ♦ Autore del libro "Comunicazione del Brand Personale attraverso i Social Network da parte di professionisti del Settore Sanitario"
- ♦ Laureato in Marketing all'Universidad Prifysgol Cymru di Gales
- ♦ Corso in *Inspiring Leadership through Emotional Intelligence* alla Case Western Reserve University
- ♦ Laureato in Gestione e Salute dell'Industria Farmaceutica all'Università Europea
- ♦ Master in Amministrazione delle PMI alla Scuola Politecnica
- ♦ Specializzazione in Social Media Marketing all'Università di Northwestern
- ♦ Esperto Universitario in Commercio e Trasporto Internazionale all'Università della Cantabria
- ♦ Laureato in Scienze Aziendali all'Università della Cantabria

Personale docente

Dott. Junco Burgos, Eduardo

- ♦ Direttore dell'area terapeutica presso AMGEN
- ♦ Capo reparto presso GRUPO CLECE (TALHER)
- ♦ Product Specialist presso Celgene
- ♦ Product Specialist presso Amgen
- ♦ Key Account Manager presso Shionogi
- ♦ Ingegnere Agronomo laureato all'Università Politecnica di Madrid

Dott. Rojas Palacio, Fernando

- ♦ Fondatore e CEO di Navandu Technologies
- ♦ Fondatore della società internazionale di consulenza Brigital Health
- ♦ Esperto in Big Data e Analisi dei Social Network presso MIT
- ♦ Senior Business Management Program all'Istituto d'Impresa e al Booth School of Business di Chicago
- ♦ Master in Ingegneria di Telecomunicazione all'Università Politecnica di Madrid
- ♦ Professore associato a programmi accademici relativi alla sua specializzazione



Dott. Cobo Sainz, Manuel

- ◆ Key Account Manager presso Bayer
- ◆ KAM Champions presso Bayer
- ◆ Laureato in Amministrazione e Direzione Aziendale al Centro Universitario Cesine annesso all'Università del Galles
- ◆ Corso Esperto in Coaching di ECOI
- ◆ Executive MBA di Cesine
- ◆ Master in Marketing e Gestione Commerciale di ESIC

Dott. Ribas Guardiola, Xavi

- ◆ Prodotti Manager presso AMGEN
- ◆ Farmacista in Pharma e Biotech
- ◆ Specialista di prodotto presso Celgene
- ◆ Laureato in Farmacia all'Università di Barcellona
- ◆ Laureato in Gestione e Salute dell'Industria Farmaceutica all'Università Europea
- ◆ Corso Universitario in Amministrazione, Organizzazione e Gestione dei Servizi Sanitari all'Università Europea

Dott. Restovic, Gabriela

- ◆ Valutatrice di tecnologie sanitarie nel settore pubblico per il Dipartimento di Innovazione dell'Hospital Clinic di Barcellona
- ◆ Direttrice associata di *Market Access* presso Novocure
- ◆ Economista all'Università Cattolica del Cile
- ◆ Master in Economia Applicata all'Università Pompeu Fabra di Barcellona
- ◆ Senior Management Programme in *Healthcare Government Affairs* dell'EADA, Business School di Barcellona
- ◆ Docente di programmi accademici inerenti alla sua specializzazione

Dott. Caloto González, María Teresa

- ◆ Consulente di Market Access
- ◆ Sottodirezione Generale per la Epidemiologia presso il Ministero della Salute
- ◆ Dottorato in Scienze Biologiche conseguito all'Università Complutense di Madrid
- ◆ Esperta Universitaria in Probabilità e Statistica in ambito Medico
- ◆ Esperta Universitaria in Metodi Avanzati di Statistica Applicata
- ◆ Master in Salute e Ambiente presso l'Università Autonoma di Madrid
- ◆ Master in Salute Pubblica presso l'Università Autonoma di Madrid
- ◆ Master in Farmaco-economia ed Economia della Salute presso l'Università Pompeu Fabra di Barcellona





Dott. Rodríguez Fernández, Silvia

- ◆ Project Manager in Comunicazioni Scientifiche nell'Unità Medica di Boehringer Ingelheim
- ◆ Consulente Scientifico Senior di I+D presso Ahead Therapeutics
- ◆ Consulente Medico presso Ahead Therapeutics
- ◆ Product Manager nell'equipe di Marketing di Amgen
- ◆ Dottorato in Immunologia Avanzata presso l'Università Autonoma di Barcellona
- ◆ MBA in Industria Farmaceutica e Biotecnologia
- ◆ Master in Immunologia Avanzata presso l'Università Autonoma di Barcellona
- ◆ Laureata in Scienze Biomediche all'Università Autonoma di Barcellona

Dott. Palau Rodríguez, Magalí

- ◆ Ricercatrice in Nutrizione e Scienza degli Alimenti presso l'Università di Barcellona
- ◆ Coordinatrice del dipartimento di Marketing per campagne e materiale didattico
- ◆ Esperta in Marketing Amgen nell'Unità di Metabolismo Osseo
- ◆ Dottorato in Farmacia conseguito presso l'Università di Barcellona
- ◆ MBA in Industria Farmaceutica e Biotecnologica presso la Escuela Talento EPHOS
- ◆ Master in Ricerca e Sviluppo degli Alimenti presso l'Università di Barcellona
- ◆ Laureata in Farmacia presso l'Università di Barcellona
- ◆ Istruttrice in Salute e Manipolazione degli alimenti presso la Fundació Esplai Girona

10

Impatto sulla tua carriera

Questa specializzazione avrà un impatto positivo sulla carriera del professionista, in quanto gli fornirà opportunità di lavoro presso aziende farmaceutiche, aziende biotecnologiche, agenzie di regolamentazione, laboratori di ricerca e altre organizzazioni legate all'industria farmaceutica e biotecnologica. Gli studenti verranno preparati a ricoprire ruoli fondamentali in aree quali la ricerca e lo sviluppo di farmaci, il controllo di qualità e la gestione normativa.



“

*Avrai a tua disposizione riassunti interattivi
e una vasta gamma di risorse multimediali
con cui potrai prepararti per Dirigere Equipe
Farmaceutiche”*

Migliorerai le tue prospettive di carriera e aumenterai le tue opportunità di crescita professionale, con una qualifica esclusiva di TECH.

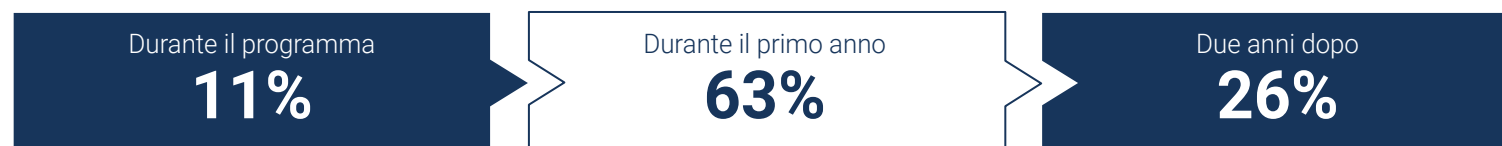
Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta.

Il Master Privato in MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech di TECH è un corso intensivo che ti prepara ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali nell'ambito medica e farmaceutica. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

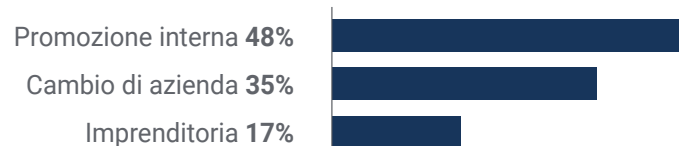
Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e confrontarti con i migliori, questo è il posto che fa per te.

Prenderai parte nell'industria che incide sulla vita delle persone e potrai contribuire allo sviluppo di soluzioni farmaceutiche e biotecnologiche innovative.

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 decide di conseguire questo Master Privato di TECH sarà in grado di fornire all'azienda un vantaggio significativo nell'industria farmaceutica e biotecnologica. La sua esperienza, le sue conoscenze e competenze gli consentiranno di garantire una gestione efficiente, le conoscenze e le conformità normative. Sarà in grado di apportare innovazione e tecnologia e amplierà la rete di contatti e collaborazioni strategiche dell'azienda per cui lavora.



“

*Approfondirai il Business Plan del Territorio
e applicherai le sue tecniche nell'ambito
Farmaceutico e Biotecnologico”*

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 dell'azienda.

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 in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.

05

Sviluppo di progetti propri

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

06

Aumento della competitività

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

12 Titolo

Il MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di 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”

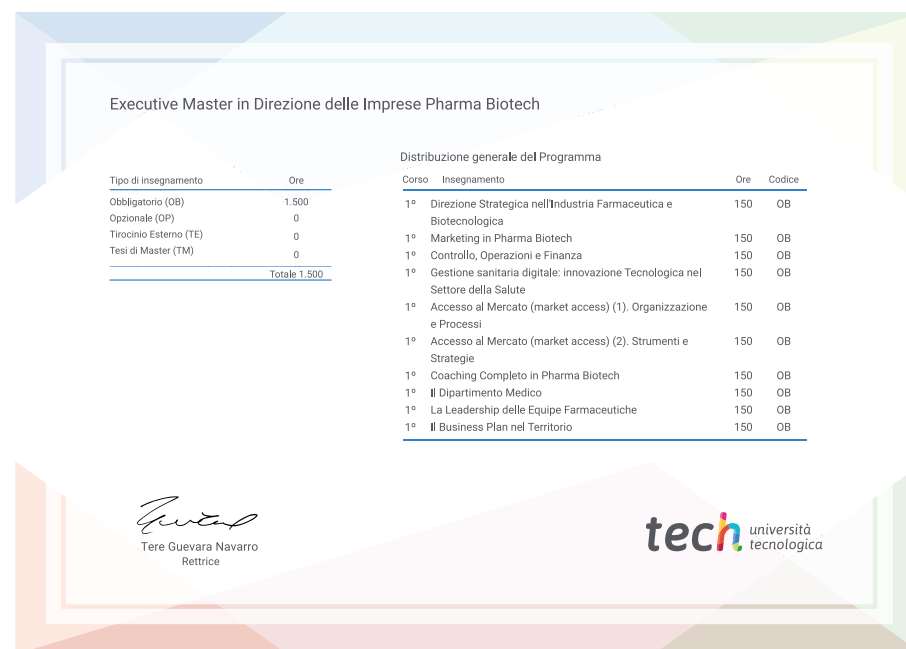
Questo **MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech** possiede il programma più completo e aggiornato sul mercato.

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

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Master e soddisfa i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Executive Master in Direzione delle Imprese Pharma Biotech**

N° Ore Ufficiali: **1.500 o.**



*Apostille dell'Aia. 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.



Executive Master MBA in Direzione delle Imprese Pharma Biotech

- » Modalità: **online**
- » Durata: **12 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Executive Master

MBA in Direzione delle
Imprese Pharma Biotech

