

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas
Farmacêuticas e Biotecnológicas
para Enfermagem



Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas para Enfermagem

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/enfermagem/mestrado-proprio/mestrado-proprio-mba-gestao-empresas-farmaceuticas-biotecnologicas-enfermagem

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 16

04

Direção do curso

pág. 20

05

Estrutura e conteúdo

pág. 24

06

Metodologia

pág. 40

07

Certificado

pág. 48

01

Apresentação

Os desafios são uma parte fundamental da gestão de empresas farmacêuticas e de biotecnologia, devido à natureza altamente competitiva da indústria. Por isso, o avanço incessante das disciplinas empíricas, o progresso tecnológico e as constantes mudanças regulatórias geraram a necessidade de uma capacitação atualizada para os principais protagonistas deste setor. Os enfermeiros precisam ter um sólido conhecimento científico e técnico, bem como uma compreensão comercial e financeira da empresa para liderar essas organizações com sucesso. Em resposta a essa necessidade, a TECH desenvolveu este programa, que permitirá ao profissional adquirir habilidades no campo da gestão de negócios. Este programa será disponibilizado em um formato 100% online, o que proporcionará maior flexibilidade no acesso aos materiais didáticos sem restrições de horários.



“

Por meio de um programa intensivo de 12 meses, a TECH lhe proporciona a oportunidade para atualizar seus conhecimentos e se tornar um profissional atualizado no campo farmacêutico e biotecnológico”

A gestão empresarial desempenha um papel crucial no setor de saúde ao fornecer uma direção estratégica efetiva e eficiente para as empresas da indústria farmacêutica e biotecnológica. Sua relevância está na capacidade de liderar e tomar decisões fundamentadas em um ambiente altamente regulado e competitivo.

Além disso, impulsiona a pesquisa e o desenvolvimento de novos medicamentos e terapias inovadoras, contribuindo para o avanço da Medicina e melhorando a qualidade de vida das pessoas. Sob essa perspectiva, também promovemos a eficiência na produção e distribuição de produtos farmacêuticos, garantindo a entrega segura e em tempo hábil de medicamentos à população necessitada.

Considerando este cenário, a TECH desenvolveu um Mestrado Próprio que oferece uma excelente atualização no campo da Gestão de Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas para Enfermagem. Ao longo de 12 meses de estudo, serão exploradas as responsabilidades corporativas na indústria, promovendo práticas sustentáveis na criação de medicamentos. Além disso, exploraremos o conhecimento sobre critérios de qualidade e segurança na produção e comercialização de medicamentos, bem como técnicas de planejamento orçamentário das empresas do setor. Tudo isso com a intenção de fomentar a inovação, melhorar a operatividade da indústria farmacêutica e contribuir para o avanço da Medicina.

Tudo isso será alcançado sem que o profissional precise negligenciar suas responsabilidades pessoais e profissionais habituais, já que o programa é oferecido em um formato inovador 100% online. Da mesma forma, os materiais multimídia estarão disponíveis em uma biblioteca virtual, que poderá ser acessada a qualquer hora e lugar, bastando utilizar um dispositivo com conexão à internet.

Este **MBA em Gestão de Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas para Enfermagem** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em *Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas*
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático oferece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ♦ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ♦ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Otimize sua aprendizagem a qualquer hora, em qualquer lugar, graças ao modo 100% online deste programa"

“

Com este programa, você aprofundará seus conhecimentos sobre o planejamento orçamentário e a gestão de operações financeiras na indústria farmacêutica”

O corpo docente deste curso inclui profissionais da área que transferem a experiência do seu trabalho para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de sociedades científicas de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste curso se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional tentará resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Aprimore seus conhecimentos em Gestão Digital de Saúde e aplique-os em sua prática diária.

Aumente suas habilidades em organização e otimização de processos na Pharma Biotech para obter sucesso neste setor.



02

Objetivos

O objetivo deste Mestrado Próprio é fornecer aos profissionais de enfermagem as ferramentas necessárias para atualizar seus conhecimentos e habilidades fundamentais a fim de obter sucesso no campo da gestão farmacêutica e biotecnológica. Desta forma, os profissionais estarão preparados para assumir papéis-chave em áreas fundamentais como a pesquisa e o desenvolvimento de medicamentos, a gestão de projetos e a produção e fabricação desses produtos.



“

*Ao longo deste programa, você
identificará as ferramentas e estratégias
para obter sucesso nas Empresas
Farmacêuticas e Biotecnológicas”*



Objetivos gerais

- ♦ Avaliar a eficiência financeira
- ♦ Otimizar a gestão do capital de giro
- ♦ Compreender o que é o Acesso ao Mercado e como surge a necessidade dessa função na indústria farmacêutica
- ♦ Explorar os passos necessários para planejar o acesso ao mercado de um novo medicamento
- ♦ Revisar os pontos que devem ser analisados em uma fase prévia ao desenvolvimento do plano de acesso para entender o ambiente e os concorrentes
- ♦ Conhecer as capacidades e a ética do Coach
- ♦ Compreender a essência do Coaching e seu enfoque no aprendizado
- ♦ Adquirir conhecimentos básicos sobre os conceitos fundamentais da liderança e sua aplicação na indústria farmacêutica
- ♦ Compreender e categorizar as teorias sobre liderança, explorando o processo de liderança e os diferentes estilos e modelos existentes
- ♦ Obter uma ferramenta eficaz para alcançar resultados
- ♦ Definir propostas de valor únicas e diferenciadas



Objetivos específicos

Módulo 1. Gestão Estratégica na Indústria Farmacêutica e Biotecnológica

- ♦ Adquirir conhecimento sobre a história da Gestão Estratégica
- ♦ Categorizar as diferentes definições ao longo do tempo
- ♦ Explorar os níveis de gestão estratégica
- ♦ Compreender os 6 tipos de geração de valor na empresa, utilizando exemplos do setor
- ♦ Avaliar o desempenho na empresa
- ♦ Analisar o ambiente VUCA
- ♦ Aplicar a análise PESTEL e a análise das 5 Forças de Porter
- ♦ Realizar a análise SWOT
- ♦ Realizar uma análise da Cadeia de Valor
- ♦ Analisar os recursos e competências da empresa

Módulo 2. Marketing em Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas

- ♦ Conhecer a utilidade da segmentação de mercado e os níveis de aproximação
- ♦ Diferenciar entre mercados de consumidores finais e segmentação baseada em características
- ♦ Elaborar estratégias de marketing de acordo com a segmentação realizada
- ♦ Conhecer a importância do posicionamento prévio para obter vantagem competitiva
- ♦ Elaborar estratégias de diferenciação e posicionamento para alcançar objetivos empresariais
- ♦ Compreender a relevância da informação e dos recursos no âmbito comercial
- ♦ Conhecer as fontes de informação e técnicas para estudos de mercado
- ♦ Utilizar ferramentas para design de pesquisas e análise de dados

Módulo 3. Gestão de Recursos Humanos

- ♦ Otimizar a gestão do capital de giro
- ♦ Analisar e gerenciar os riscos financeiros
- ♦ Melhorar o planejamento e o orçamento
- ♦ Otimizar a cadeia de suprimentos
- ♦ Garantir o cumprimento regulatório

Módulo 4. Gestão de Saúde Digital: Inovação Tecnológica no Setor de Saúde

- ♦ Conhecer os diferentes tipos de sistemas de saúde, como o sistema público, privado/seguros privados e conveniado
- ♦ Avaliar as necessidades não atendidas dos pacientes e a gestão da cronicidade
- ♦ Analisar o papel do custo, da efetividade e da segurança como fatores determinantes na atenção à saúde
- ♦ Compreender a relação profissional-paciente e os direitos e deveres de ambos
- ♦ Analisar os desafios da pressão assistencial e a gestão de despesas sob princípios éticos
- ♦ Definir as habilidades e atitudes necessárias para ser um gestor profissional eficiente
- ♦ Explorar a liderança e a gestão do clima emocional e dos conflitos de trabalho
- ♦ Utilizar a cronometria como ferramenta para a gestão eficiente
- ♦ Analisar o gasto e os resultados em saúde, assim como os processos de melhoria, inovação e transformação
- ♦ Avaliar o uso de indicadores, benchmarking, guias clínicos, EDO, reclamações e farmacovigilância na qualidade assistencial

Módulo 5. Acesso ao Mercado (*Market Access*) (1). Organização e Processos

- ♦ Compreender o que é o Acesso ao Mercado e como surge a necessidade dessa função na indústria farmacêutica
- ♦ Conhecer a estrutura, organização e funções do Sistema Nacional de Saúde
- ♦ Descrever o processo de autorização de comercialização de um novo medicamento e identificar as autoridades sanitárias espanholas e europeias envolvidas no processo.
- ♦ Analisar as agências de avaliação de tecnologias de saúde nacionais e internacionais
- ♦ Identificar os organismos que avaliam os novos medicamentos, os decisores e os influenciadores
- ♦ Descrever o processo de solicitação de preço e reembolso
- ♦ Diferenciar os processos de acesso dos medicamentos hospitalares e dos dispensados em farmácias de rua
- ♦ Familiarizar-se com os esquemas de financiamento tradicionais e inovadores
- ♦ Conhecer os processos de compra pública de medicamentos na saúde espanhola
- ♦ Conhecer os perfis profissionais adscritos ao departamento de acesso
- ♦ Analisar a interação dos profissionais de Acesso ao Mercado com outros departamentos da indústria farmacêutica
- ♦ Revisar as últimas tendências em avaliação de fármacos (Análise Multicritério) e compra de medicamentos

Módulo 6. Acesso ao Mercado (*Market Access*) (2). Ferramentas e Estratégias

- ♦ Explorar os passos necessários para planejar o acesso ao mercado de um novo medicamento
- ♦ Revisar os pontos que devem ser analisados em uma fase prévia ao desenvolvimento do plano de acesso para entender o ambiente e os concorrentes
- ♦ Conhecer e segmentar os pagadores
- ♦ Desenvolver a estratégia e os planos de acesso ao mercado, especificando a cronologia e as funções envolvidas
- ♦ Saber como gerenciar a aproximação às autoridades sanitárias tanto para os medicamentos hospitalares quanto para os medicamentos de farmácias de rua
- ♦ Conhecer os requisitos para solicitar o financiamento de um medicamento: documentos oficiais e suplementares
- ♦ Familiarizar-se com os documentos e ferramentas que sustentam o valor do medicamento e que serão imprescindíveis na negociação de preço e reembolso com as autoridades sanitárias, e no posterior acesso regional e local
- ♦ Estudar em profundidade os elementos que são incluídos no dossiê de valor de um medicamento
- ♦ Identificar o valor clínico de um medicamento, o valor percebido pelo paciente e o aspecto econômico
- ♦ Familiarizar-se com os conceitos-chave sobre farmacoeconomia
- ♦ Aprofundar na análise econômica de um fármaco, diferenciando as avaliações econômicas parciais das completas

Módulo 7. Coaching Integral em *Pharma Biotech*

- ♦ Conhecer as capacidades e a ética do *Coach*
- ♦ Compreender a essência do *Coaching* e seu enfoque no aprendizado
- ♦ Conhecer as contribuições do *Coaching* Norte-Americano, Humanista-Europeu e Ontológico
- ♦ Avaliar a situação atual, as rupturas e os objetivos do cliente
- ♦ Utilizar ferramentas como 'A Roda da Vida Profissional' para entender a situação atual
- ♦ Definir metas, visão e objetivos tanto a nível individual quanto de equipe
- ♦ Explorar modelos como GROW, metodologia SMART e Método Merlin
- ♦ Utilizar exemplos como o Mandala para visualizar a situação ideal da equipe
- ♦ Compreender os modelos mentais e sua importância em equipes saudáveis
- ♦ Observar, distinguir e analisar crenças, julgamentos, fatos e opiniões

Módulo 8. O Departamento Médico

- ♦ Compreender o papel e o objetivo do departamento médico
- ♦ Analisar a estrutura geral do departamento médico e a equipe que o compõe
- ♦ Explorar as principais atividades do departamento médico
- ♦ Colaborar com outras áreas da empresa
- ♦ Explorar desafios e tendências atuais
- ♦ Compreender o propósito dos ensaios clínicos
- ♦ Analisar os tipos de ensaios clínicos
- ♦ Explorar as fases dos ensaios clínicos
- ♦ Definir o objetivo de cada fase
- ♦ Planejar e desenhar ensaios clínicos
- ♦ Conhecer os aspectos éticos e regulatórios dos ensaios clínicos
- ♦ Aprofundar na seleção de amostra e tamanho amostral
- ♦ Coletar e analisar dados
- ♦ Definir papéis e responsabilidades dos diferentes participantes nos ensaios clínicos
- ♦ Explorar a randomização e os tipos de cegamento
- ♦ Analisar dados e interpretar resultados
- ♦ Desenhar protocolos
- ♦ Elaborar um consentimento informado e a folha de informações para pacientes
- ♦ Conhecer o propósito da monitorização nos ensaios clínicos
- ♦ Definir as responsabilidades e funções do monitor de ensaios clínicos

Módulo 9. A Liderança da Equipe Farmacêutica

- ♦ Adquirir conhecimentos básicos sobre os conceitos fundamentais da liderança e sua aplicação na indústria farmacêutica
- ♦ Compreender e categorizar as teorias sobre liderança, explorando o processo de liderança e os diferentes estilos e modelos existentes
- ♦ Aprofundar no desenvolvimento de habilidades de liderança necessárias para gerenciar equipes de forma eficiente
- ♦ Conhecer as estratégias de organização e gestão do tempo para otimizar a produtividade da equipe
- ♦ Aprender a planejar e estabelecer objetivos claros e mensuráveis para a equipe, e avaliar seu desempenho de maneira eficaz
- ♦ Aprofundar nas habilidades de gestão de equipes, incluindo motivação, comunicação eficaz e resolução de conflitos
- ♦ Desenvolver habilidades de tomada de decisões com base na avaliação de opções e na consideração de diferentes fatores
- ♦ Aprender estratégias de negociação e técnicas para gerenciar conflitos dentro da equipe
- ♦ Aplicar os conhecimentos adquiridos para trabalhar na consecução de um objetivo comum por meio do desenvolvimento de um projeto específico

Módulo 10. O Plano de *Negócios* no Território

- ♦ Obter uma ferramenta eficaz para alcançar resultados
- ♦ Definir propostas de valor únicas e diferenciadas
- ♦ Oferecer soluções reais para seus clientes
- ♦ Estabelecer objetivos e como alcançá-los
- ♦ Obter todas as informações necessárias para definir um plano
- ♦ Alcançar crescimento nas vendas
- ♦ Conquistar novos mercados
- ♦ Compreender como o mercado funciona e fornecer ferramentas para enfrentá-lo
- ♦ Investigar e satisfazer as necessidades dos clientes
- ♦ Avaliar a concorrência

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- ♦ Analisar o impacto da globalização na governança e no governo corporativo
- ♦ Avaliar a importância da liderança eficaz na direção e sucesso das empresas
- ♦ Definir as estratégias de gestão intercultural e sua relevância em ambientes empresariais diversos
- ♦ Desenvolver habilidades de liderança e entender os desafios atuais que os líderes enfrentam
- ♦ Determinar os princípios e práticas da ética empresarial e sua aplicação na tomada de decisões corporativas
- ♦ Estruturar estratégias para a implementação e melhoria da sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas

Módulo 12. Gestão de Pessoas e de Talentos

- ♦ Determinar a relação entre a direção estratégica e a gestão de recursos humanos
- ♦ Explorar as competências necessárias para a gestão eficaz de recursos humanos por competências
- ♦ Explorar as metodologias para a avaliação de desempenho e a gestão do desempenho
- ♦ Integrar as inovações na gestão de talentos e seu impacto na retenção e fidelização de pessoal
- ♦ Desenvolver estratégias para a motivação e o desenvolvimento de equipes de alto desempenho
- ♦ Propor soluções eficazes para a gestão da mudança e a resolução de conflitos nas organizações

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- ♦ Analisar o ambiente macroeconômico e sua influência no sistema financeiro nacional e internacional
- ♦ Definir os sistemas de informação e Business Intelligence para a tomada de decisões financeiras
- ♦ Diferenciar decisões financeiras chave e a gestão de riscos na direção financeira
- ♦ Avaliar estratégias para o planejamento financeiro e a obtenção de financiamento empresarial

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- ♦ Estruturar o quadro conceitual e a importância da direção comercial nas empresas
- ♦ Explorar os elementos e atividades fundamentais do marketing e seu impacto na organização
- ♦ Determinar as etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- ♦ Avaliar estratégias para melhorar a comunicação corporativa e a reputação digital da empresa

Módulo 15. Gestão Executiva

- ♦ Definir o conceito de General Management e sua relevância na direção de empresas
- ♦ Avaliar as funções e responsabilidades do executivo na cultura organizacional
- ♦ Analisar a importância da gestão de operações e da gestão da qualidade na cadeia de valor
- ♦ Desenvolver a comunicação interpessoal e as habilidades de falar em público para a formação de porta-vozes



Você desenvolverá habilidades abrangentes de coaching e aprenderá a motivar e liderar equipes em um ambiente altamente competitivo"

03

Competências

Este programa proporcionará aos profissionais de enfermagem uma oportunidade única de adquirir e atualizar habilidades fundamentais que possibilitarão gerenciar com sucesso empresas do setor farmacêutico e de biotecnologia. Os profissionais que concluírem este plano de estudos obterão conhecimentos científicos e técnicos, bem como uma compreensão das regulamentações, da gestão de negócios e de uma mentalidade inovadora. Desta forma, os profissionais estarão preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades nesse setor em constante crescimento.



“

Amplie seus conhecimentos e aproveite as novas oportunidades de carreira no setor farmacêutico”



Competências gerais

- ♦ Compreender a importância da Ética Empresarial
- ♦ Avaliar a sustentabilidade ambiental no contexto empresarial
- ♦ Avaliar aspectos do código deontológico, como a relação médico-paciente, a qualidade na atenção médica, o segredo profissional, a objeção de ciência, as relações entre médicos e a publicidade médica
- ♦ Analisar a interação dos profissionais de Acesso ao Mercado com outros departamentos da indústria farmacêutica
- ♦ Revisar as últimas tendências em avaliação de fármacos (Análise Multicritério) e compra de medicamentos
- ♦ Aprofundar na análise econômica de um fármaco, diferenciando as avaliações econômicas parciais das completas
- ♦ Compreender as fases do plano de ação: acompanhamento, monitoramento e compromisso
- ♦ Elaborar planos de ação individuais com os membros da equipe





Competências específicas

- ♦ Compreender a importância do desenvolvimento pessoal e profissional dos membros da equipe, e seu impacto no sucesso global do projeto
- ♦ Aplicar os conhecimentos adquiridos para trabalhar na consecução de um objetivo comum por meio do desenvolvimento de um projeto específico
- ♦ Definir estratégias de revisão do plano
- ♦ Estabelecer indicadores objetivos para a consecução do plano



Com este programa, você conhecerá as melhores práticas para liderar equipes no setor da saúde"

04

Direção do curso

Com o objetivo de garantir um ensino de qualidade, a TECH selecionou uma equipe de professores de destaque para este programa. Isso proporcionará aos alunos a oportunidade de receber uma capacitação ministrada por especialistas reconhecidos com vasta experiência nos campos da indústria farmacêutica, Medicina e negócios. Desta forma, os profissionais de enfermagem poderão obter uma formação de excelência para impulsioná-los a se destacar e avançar rapidamente em suas carreiras profissionais.



“

Você contará com um corpo docente formado por especialistas com experiência na área de farmácia e negócios, que fornecerá os conhecimentos mais avançados sobre a indústria da biotecnologia”

Direção



Sr. César Cardenal Otero

- ♦ Executivo Farmabiomédico na Amgen
- ♦ Autor do livro "Comunicação de Marca Pessoal Através das Redes Sociais por Parte dos Profissionais do Setor de Saúde"
- ♦ Formado em Marketing pela *Universidad Prifysgol Cymru* do País de Gales
- ♦ Grau de distinção no curso *Inspiring Leadership through Emotional Intelligence* da Case Western Reserve University
- ♦ Pós-graduação em Gestão e Saúde da Indústria Farmacêutica pela Universidade Europeia
- ♦ Mestrado em Administração de Pequenas e Médias Empresas pela Escola Politécnica
- ♦ Especialização em Social Media Marketing pela Universidade de *Northwestern*
- ♦ Especialista em Comércio e Transporte Internacional pela Universidade de Cantábria
- ♦ Curso de Ciências Empresariais pela Universidade de Cantábria

Professores

Sr. Eduardo Junco Burgos

- ♦ Diretor de área terapêutica na AMGEN
- ♦ Chefe de serviço para o GRUPO CLECE (TALHER)
- ♦ Product Specialist na Celgene
- ♦ Product Specialist na Amgen
- ♦ Key Account Manager na Shionogi
- ♦ Engenheiro Agrônomo licenciado pela Universidade Politécnica de Madrid

Sr. Fernando Rojas Palacio

- ♦ Fundador e CEO da Navandu Technologies
- ♦ Fundador da consultoria internacional Brigital Health
- ♦ Especialista em Big Data e Análise de Redes Sociais pelo MIT
- ♦ Senior Business Management Program pelo Instituto de Empresa e Chicago Booth School of Business
- ♦ MSc em Engenharia de Telecomunicações pela Universidade Politécnica de Madrid
- ♦ Professor associado a programas acadêmicos em sua especialidade

Sr. Manuel Cobo Sainz

- ♦ Gestor de contas-chave na Bayer
- ♦ KAM Champions na Bayer
- ♦ Formado em Administração e Direção de Empresas pelo Centro Universitário Cesine, afiliado à Universidade de Gales
- ♦ Curso de Especialização em Coaching da ECOI
- ♦ Executive MBA pelo Cesine
- ♦ Mestrado em Marketing e Direção Comercial pela ESIC

Sra. Silvia Rodríguez Fernández

- ♦ Assessora científica especializada na indústria farmacêutica e de biotecnologia
- ♦ Project Manager de Comunicações Científicas na Unidade Médica da Boehringer Ingelheim
- ♦ Assessora Científica Sênior de P&D na Ahead Therapeutics
- ♦ Assessora Médica na Ahead Therapeutics
- ♦ Product Manager na equipe de Marketing de Inflamação da Amgen
- ♦ Doutora em Imunologia Avançada pela Universidade Autónoma de Barcelona
- ♦ MBA da Indústria Farmacêutica e Biotecnológica
- ♦ Mestrado em Imunologia Avançada pela Universidade Autónoma de Barcelona
- ♦ Formada em Ciências Biomédicas pela Universidade Autónoma de Barcelona

Sra. Magalí Palau Rodríguez

- ♦ Doutora em Farmácia, especialista em Pesquisa e Desenvolvimento de Alimentos
- ♦ Pesquisadora em Nutrição e Ciência dos Alimentos pela Universidade de Barcelona
- ♦ Coordenadora do departamento de Marketing em campanhas e material educacional
- ♦ Especialista em Marketing Amgen na Unidade de Metabolismo Ósseo
- ♦ Doutora em Farmácia pela Universidade de Barcelona
- ♦ MBA em Indústrias Farmacêuticas e Biotecnológicas na Escola Talento EPHOS
- ♦ Mestrado em Pesquisa e Desenvolvimento de Alimentos pela Universidade de Barcelona
- ♦ Formada em Farmácia pela Universidade de Barcelona
- ♦ Instrutora em Saúde e Manipulação de Alimentos pela Fundació Esplai Girona

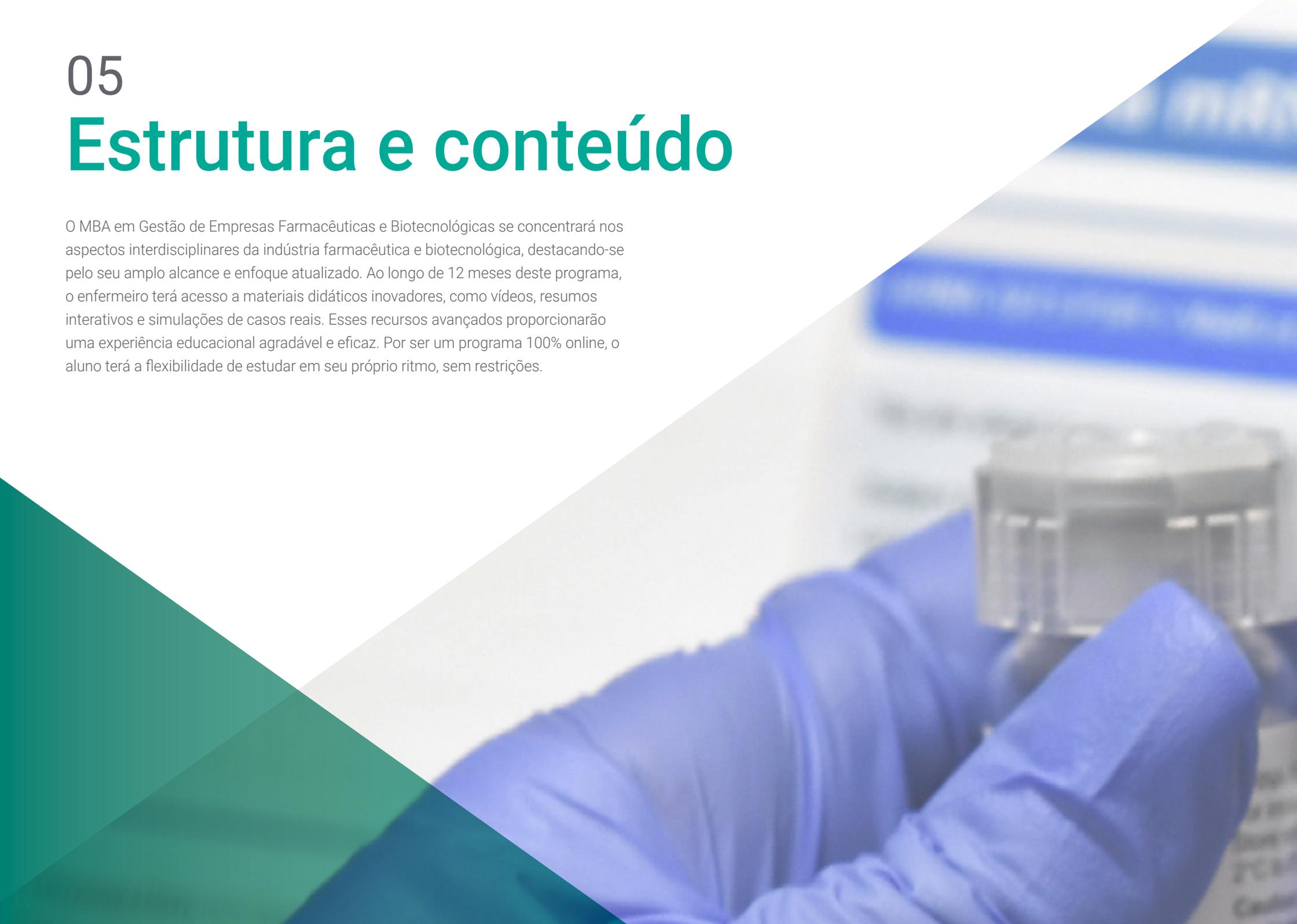


Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária”

05

Estrutura e conteúdo

O MBA em Gestão de Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas se concentrará nos aspectos interdisciplinares da indústria farmacêutica e biotecnológica, destacando-se pelo seu amplo alcance e enfoque atualizado. Ao longo de 12 meses deste programa, o enfermeiro terá acesso a materiais didáticos inovadores, como vídeos, resumos interativos e simulações de casos reais. Esses recursos avançados proporcionarão uma experiência educacional agradável e eficaz. Por ser um programa 100% online, o aluno terá a flexibilidade de estudar em seu próprio ritmo, sem restrições.





“

Com o método Relearning, você reduzirá suas horas de estudo e fortalecerá sua compreensão a longo prazo”

Módulo 1. Gestão Estratégica na Indústria Farmacêutica e Biotecnológica

- 1.1. Estratégias de entrada no mercado
 - 1.1.1. Pesquisa de mercado
 - 1.1.2. Parceiros Estratégicos
 - 1.1.3. Estratégias mais utilizadas
 - 1.1.4. Monitoramento e adaptação
- 1.2. A Gestão Estratégica na Empresa Farmacêutica
 - 1.2.1. Os níveis de gestão estratégica
 - 1.2.2. A inovação
 - 1.2.3. Portfólio
 - 1.2.4. Aquisições
- 1.3. A Criação de Valor na Empresa
 - 1.3.1. Os 6 tipos de geração de valor na empresa
 - 1.3.2. Desempenho na empresa
 - 1.3.3. Exemplos do setor
 - 1.3.4. Conclusões
- 1.4. O Ambiente da Empresa Farmacêutica e Biotecnológica
 - 1.4.1. O Ambiente VUCA
 - 1.4.2. Análise PESTEL
 - 1.4.3. Análise das 5 Forças de Porter
 - 1.4.4. Análise SWOT
- 1.5. A Análise Interna
 - 1.5.1. Análise da Cadeia de Valor
 - 1.5.2. Análise dos Recursos e Competências
 - 1.5.3. A Análise VRIO
 - 1.5.4. Conclusões
- 1.6. Estratégias da Unidade Estratégica de Negócio
 - 1.6.1. A Unidade Estratégica de Negócio
 - 1.6.2. A vantagem Competitiva
 - 1.6.3. Tipos de Estratégias Segundo sua Vantagem Competitiva
 - 1.6.4. Conclusões

- 1.7. Estratégia Corporativa e Diversificação
 - 1.7.1. Estratégia Corporativa
 - 1.7.2. Estratégia no Portfólio de Negócios
 - 1.7.3. Estratégia de Crescimento
 - 1.7.4. Estratégias mais utilizadas
- 1.8. Estratégia de Internacionalização
 - 1.8.1. Estratégia Internacional de uma Empresa
 - 1.8.2. A Globalização da Economia
 - 1.8.3. Riscos da Internacionalização
 - 1.8.4. Benefícios da Internacionalização
- 1.9. Alianças Estratégicas, Absorções e Fusões
 - 1.9.1. Estratégia de Crescimento Externo vs Crescimento Interno
 - 1.9.2. Alianças na Indústria Farmacêutica
 - 1.9.3. Fusões do Setor
 - 1.9.4. Aquisições do Setor
- 1.10. Ética e Responsabilidade Social Corporativa
 - 1.10.1. Ética empresarial
 - 1.10.2. Sustentabilidade Ambiental
 - 1.10.3. Responsabilidade social
 - 1.10.4. Ecologia Sustentável

Módulo 2. Marketing em Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas

- 2.1. Omnicanalidade, impactos e *engajamento*
 - 2.1.1. Marketing de impacto
 - 2.1.2. Canais generalistas e redes sociais
 - 2.1.3. *Community Management*
 - 2.1.4. E-detailing e CRM no ambiente digital
 - 2.1.5. Publicidade programática
 - 2.1.6. Analítica e indicadores de negócios
- 2.2. Segmentação, posicionamento e targeting
 - 2.2.1. A Segmentação
 - 2.2.2. O mapa de posicionamento
 - 2.2.3. O objetivo
 - 2.2.4. Conclusão

- 2.3. Pesquisa de Mercado
 - 2.3.1. O Sistema de Marketing
 - 2.3.2. A Obtenção de Informação
 - 2.3.3. O Processo de Pesquisa
 - 2.3.4. Conclusões
- 2.4. Gestão da Marca e Neuromarketing
 - 2.4.1. O Branding
 - 2.4.2. Tipos de Branding
 - 2.4.3. Neuromarketing e sua aplicação na Indústria Farmacêutica
 - 2.4.4. Conclusões
- 2.5. Plano de Marketing Digital
 - 2.5.1. Integrar o Marketing Digital na Estratégia Global de Marketing
 - 2.5.2. O Community Manager
 - 2.5.3. Plano de Marketing Digital
 - 2.5.4. Público alvo
- 2.6. O E-Commerce
 - 2.6.1. O funil de conversão
 - 2.6.2. Promoção do E-Commerce
 - 2.6.3. Métricas
 - 2.6.4. Plataformas de comércio eletrônico
- 2.7. Estratégias digitais
 - 2.7.1. Estratégias de comunicação em social media Co-criação de conteúdos
 - 2.7.2. Marketing de conteúdos e influencers
 - 2.7.3. Marketing digital como apoio à liderança na área terapêutica
 - 2.7.4. Associação de pacientes
- 2.8. Design dos programas digitais
 - 2.8.1. Definição dos objetivos
 - 2.8.2. Programas de apoio às estratégias de marca: *awareness de doenças, switching e engajamento*
 - 2.8.3. O marketing digital e a rede de vendas
 - 2.8.4. Target

- 2.9. Análítica de dados e Inteligência Artificial
 - 2.9.1. Aplicações de big data na indústria farmacêutica
 - 2.9.2. Ferramentas de inteligência artificial como suporte ao diagnóstico
 - 2.9.3. Ferramentas de inteligência artificial como suporte ao manejo do paciente
 - 2.9.4. Últimas novidades
- 2.10. Outras tecnologias
 - 2.10.1. Registros eletrônicos e coleta de informação
 - 2.10.2. Web 3 e novas tendências na economia do token Impacto na indústria farmacêutica
 - 2.10.3. Realidade Virtual, Aumentada e Mista
 - 2.10.4. Metaverso

Módulo 3. Gestão de Recursos Humanos

- 3.1. Seleção de Pessoal
 - 3.1.1. Processo de Recrutamento
 - 3.1.2. Avaliação de Currículos
 - 3.1.3. Entrevistas de Seleção
 - 3.1.4. Testes de Aptidão e Avaliações Psicométricas
- 3.2. Compensação e Benefícios
 - 3.2.1. Design de sistemas de compensação
 - 3.2.2. Elaboração de remuneração variável
 - 3.2.3. Design de benefícios
 - 3.2.4. salário emocional
- 3.3. Gestão de desempenho
 - 3.3.1. Avaliação de desempenho
 - 3.3.2. Programas de Talento e de melhoria
 - 3.3.3. Reuniões de
 - 3.3.4. Retenção de talento e programas de fidelização
- 3.4. Inteligência Emocional no Ambiente de Trabalho
 - 3.4.1. Consciência Emocional
 - 3.4.2. Manejo de Emoções
 - 3.4.3. Empatia no Trabalho
 - 3.4.4. Habilidades Sociais e Colaboração

- 3.5. Treinamento e Desenvolvimento Contínuo
 - 3.5.1. Planos de carreira
 - 3.5.2. Desenvolvimento de Habilidades Específicas
 - 3.5.3. Promoção Interna e Oportunidades de Crescimento
 - 3.5.4. Adaptação ao ambiente de trabalho
- 3.6. Gestão de Equipes e Liderança
 - 3.6.1. Estabelecimento de Equipes Eficazes
 - 3.6.2. Liderança Inspiradora
 - 3.6.3. Comunicação Eficaz
 - 3.6.4. Resolução de Conflitos
- 3.7. Adaptabilidade e Flexibilidade Organizacional
 - 3.7.1. Gestão de mudanças
 - 3.7.2. Flexibilidade nas Políticas Laborais
 - 3.7.3. Inovação em Recursos Humanos
 - 3.7.4. Adaptação a Novas Tecnologias
- 3.8. Diversidade e Inclusão no Trabalho
 - 3.8.1. Promoção da Diversidade
 - 3.8.2. Igualdade de Oportunidades
 - 3.8.3. Criação de Ambientes Inclusivos
 - 3.8.4. Sensibilização e Treinamento em Diversidade
- 3.9. Psicologia Positiva no Trabalho
 - 3.9.1. Cultura Organizacional Positiva
 - 3.9.2. Bem-estar no Trabalho
 - 3.9.3. Fomento de Atitudes Positivas
 - 3.9.4. Resiliência e Enfrentamento no Trabalho
- 3.10. Tecnologia e Recursos Humanos
 - 3.10.1. Automatização em Processos de Recursos Humanos
 - 3.10.2. Análise de Dados para a Tomada de Decisões
 - 3.10.3. Ferramentas de Gestão de Recursos Humanos
 - 3.10.4. Cibersegurança e Proteção de Dados do Pessoal

Módulo 4. Gestão de Saúde Inovação Tecnológica no Setor de Saúde

- 4.1. Sistemas de informação hospitalar
 - 4.1.1. Implementação
 - 4.1.2. Gestão de Sistemas de Informação Hospitalar
 - 4.1.3. História clínica eletrônica
 - 4.1.4. Interoperabilidade de sistemas de informação
- 4.2. Telemedicina e Saúde Digital
 - 4.2.1. Consultas médicas à distância
 - 4.2.2. Plataformas de telemonitoramento
 - 4.2.3. Acompanhamento de pacientes
 - 4.2.4. Aplicativos móveis de saúde e bem-estar
- 4.3. Big Data e Análise de Dados em Saúde
 - 4.3.1. Gestão e análise de grandes volumes de dados em saúde
 - 4.3.2. Uso de análise preditiva para a tomada de decisões
 - 4.3.3. Privacidade
 - 4.3.4. Segurança dos dados de saúde
- 4.4. Inteligência Artificial e Aprendizado de Máquina em Saúde
 - 4.4.1. Aplicações de inteligência artificial em diagnóstico médico
 - 4.4.2. Algoritmos de aprendizado de máquina para detecção de padrões
 - 4.4.3. Chatbots
 - 4.4.4. Assistentes virtuais em atendimento médico
- 4.5. Internet das Coisas (IoT) em Saúde
 - 4.5.1. Dispositivos médicos conectados e monitoramento remoto
 - 4.5.2. Infraestruturas inteligentes de hospitais
 - 4.5.3. Aplicações de IoT na gestão de inventários
 - 4.5.4. Suprimentos
- 4.6. Cibersegurança em Saúde
 - 4.6.1. Proteção de dados de saúde e conformidade normativa
 - 4.6.2. Prevenção de ataques cibernéticos
 - 4.6.3. Ransomware
 - 4.6.4. Auditorias de segurança e gestão de incidentes
- 4.7. Realidade Virtual (RV) e Realidade Aumentada (RA) em Medicina

- 4.7.1. Treinamento médico utilizando simuladores de RV
- 4.7.2. Aplicações de RA em cirurgia assistida
- 4.7.3. Guias cirúrgicas
- 4.7.4. Terapia e reabilitação por meio de RV
- 4.8. Robótica em Medicina
 - 4.8.1. Uso de robôs cirúrgicos em procedimentos médicos
 - 4.8.2. Automatização de tarefas em hospitais e laboratórios
 - 4.8.3. Próteses
 - 4.8.4. Assistência robótica na reabilitação
- 4.9. Análise de Imagens Médicas
 - 4.9.1. Processamento de imagens médicas e análise computacional
 - 4.9.2. Diagnóstico por imagem assistido por computador
 - 4.9.3. Imagens médicas em tempo real
 - 4.9.4. 3D
- 4.10. Blockchain em Saúde
 - 4.10.1. Segurança e rastreabilidade de dados de saúde com blockchain
 - 4.10.2. Troca de informações médicas entre instituições
 - 4.10.3. Gestão de consentimentos informados
 - 4.10.4. Privacidade

Módulo 5. Acesso ao Mercado (*Market Access*) (1). Organização e Processos

- 5.1. Acesso ao Mercado na Indústria Farmacêutica
 - 5.1.1. O que entendemos por Acesso ao Mercado?
 - 5.1.2. Por que é necessário um departamento de Acesso ao Mercado?
 - 5.1.3. Funções do departamento de Acesso ao Mercado
 - 5.1.4. Conclusões
- 5.2. Sistema de Saúde na Espanha
 - 5.2.1. Sistema Nacional de Saúde (SNS). Organização, estrutura e funções
 - 5.2.2. Gasto em saúde e gasto com medicamentos
 - 5.2.3. Serviços Regionais de Saúde
 - 5.2.4. Organização, estrutura e funções
- 5.3. Autorização e Registro de Novos Medicamentos

- 5.3.1. Autoridades de saúde
- 5.3.2. Agência Europeia de Medicamentos (EMA)
- 5.3.3. Agência Espanhola de Medicamentos e Produtos Sanitários (AEMPS)
- 5.3.4. Ministério da Saúde
- 5.3.5. Processo de autorização de comercialização de um novo medicamento: processos centralizados, descentralizados e reconhecimento mútuo
- 5.4. Avaliação de Novos Medicamentos a Nível Nacional
 - 5.4.1. Agências de Avaliação de Tecnologias em Saúde
 - 5.4.2. Internacionais
 - 5.4.3. Europeias
 - 5.4.4. Espanholas
 - 5.4.5. Relatórios de Posicionamento Terapêutico (IPT)
 - 5.4.6. Decisores e influenciadores
- 5.5. Outras Avaliações de Novos Medicamentos
 - 5.5.1. Avaliações do grupo GENESIS
 - 5.5.2. Avaliações regionais
 - 5.5.3. Avaliações em farmácias hospitalares: Comissões de Farmácia e Terapêutica
 - 5.5.4. Outras avaliações
- 5.6. Da Autorização de um Medicamento à Disponibilidade para o Paciente
 - 5.6.1. Processo de solicitação de preço e reembolso de novos medicamentos
 - 5.6.2. Comercialização e condições de financiamento
 - 5.6.3. Procedimento de acesso de medicamentos a nível hospitalar
 - 5.6.4. Procedimento de acesso de medicamentos dispensados em farmácias de rua
 - 5.6.5. Acesso a medicamentos genéricos e biossimilares
- 5.7. Financiamento de Medicamentos
 - 5.7.1. Esquemas de financiamento tradicionais versus novos esquemas
 - 5.7.2. Acordos inovadores
 - 5.7.3. Acordos de risco compartilhado (ARC)
 - 5.7.4. Tipos de ARC
 - 5.7.5. Critérios para selecionar o ARC

- 5.8. Processo de Compra de Medicamentos
 - 5.8.1. Contratação pública
 - 5.8.2. Compra centralizada de medicamentos e produtos sanitários
 - 5.8.3. Acordos-quadro
 - 5.8.4. Conclusões
- 5.9. Departamento de Acesso ao Mercado (1). Perfis Profissionais
 - 5.9.1. Evolução do perfil dos profissionais de Acesso ao Mercado
 - 5.9.2. Perfis profissionais em Acesso ao Mercado
 - 5.9.3. Gerente de Acesso ao Mercado (*Market Access Manager*)
 - 5.9.4. Farmacoeconomia
 - 5.9.5. Preço (Pricing)
 - 5.9.6. *Key Account Manager*
- 5.10. Departamento de Acesso ao Mercado (2). Interação com Outros Departamentos da Indústria Farmacêutica
 - 5.10.1. Marketing e Vendas
 - 5.10.2. Departamento Médico
 - 5.10.3. Relações Institucionais
 - 5.10.4. *Regulatório*
 - 5.10.5. Comunicação

Módulo 6. Acesso ao Mercado (*Market Access*) (2). Ferramentas e Estratégias

- 6.1. Planejamento do Acesso ao Mercado de um Medicamento
 - 6.1.1. Análise do cenário atual: manejo da doença, concorrentes
 - 6.1.2. Segmentação de regiões e contas
 - 6.1.3. Sociedades Científicas
 - 6.1.4. Associações de Pacientes
 - 6.1.5. Desenvolvimento da estratégia
 - 6.1.6. Cronologia da implementação da estratégia
- 6.2. Gestão do Acesso ao Mercado de um Medicamento
 - 6.2.1. Gestão de acesso a nível regional
 - 6.2.2. Acesso ao mercado de medicamentos de uso hospitalar. Gestão e estratégia de farmácia hospitalar
 - 6.2.3. Acesso ao mercado de medicamentos de farmácia de rua
 - 6.2.4. Gestão e estratégia de farmacêuticos de atenção primária



- 
- 6.3. Valor Clínico de um Medicamento
 - 6.3.1. O valor baseado no desenvolvimento clínico
 - 6.3.2. Estudos de vida real
 - 6.3.3. (RWD/RWE)
 - 6.3.4. Conclusões
 - 6.4. Valor Percebido pelo Paciente
 - 6.4.1. Variáveis relatadas pelo paciente (ou *Patient Reported Outcomes*, PRO)
 - 6.4.2. Qualidade de vida relacionada à saúde (CVRS)
 - 6.4.3. Satisfação com o tratamento
 - 6.4.4. Incorporação das preferências dos pacientes
 - 6.5. Análise Econômica Tipos
 - 6.5.1. Tipos de análise econômica
 - 6.5.2. Parâmetros a serem definidos
 - 6.5.3. Avaliações econômicas parciais
 - 6.5.4. Custo e carga da doença
 - 6.5.5. Custo consequência
 - 6.6. Análise Econômica Estudos
 - 6.6.1. Estudos de Impacto Orçamentário
 - 6.6.2. Crescimento do mercado
 - 6.6.3. Riscos associados
 - 6.6.4. Propriedade intelectual
 - 6.7. Análise Econômica Avaliações
 - 6.7.1. Avaliações econômicas completas
 - 6.7.2. Análise custo-efetividade
 - 6.7.3. Análise de custo-utilidade
 - 6.7.4. Análise de custo-benefício
 - 6.7.5. Regras de decisão
 - 6.8. Dossiê de Valor de um Medicamento
 - 6.8.1. Conteúdos do dossiê de valor
 - 6.8.2. O valor clínico do medicamento
 - 6.8.3. O valor econômico do medicamento
 - 6.8.4. A demonstração do valor do medicamento para o sistema de saúde
 - 6.8.5. Adaptação do dossiê às diferentes Comunidades Autônomas

- 6.9. Documentos Requeridos para a Solicitação de Preço e Reembolso
 - 6.9.1. Documentos requeridos
 - 6.9.2. Documentos opcionais
 - 6.9.3. Documentos de preço
 - 6.9.4. Documentos de reembolso
- 6.10. Novas tendências
 - 6.10.1. Compra baseada em valor
 - 6.10.2. Análise Multicritério (AMC)
 - 6.10.3. Compras públicas inovadoras
 - 6.10.4. Últimas tendências

Módulo 7. Coaching Integral em Pharma Biotech

- 7.1. Fundamentos do Coaching em Pharma Biotech
 - 7.1.1. Capacidades e ética do Coach
 - 7.1.2. A essência do Coaching
 - 7.1.3. Aprendendo a aprender
 - 7.1.4. Filme recomendado: O guerreiro pacífico
- 7.2. O Processo do Coaching - Escolas e Modelos
 - 7.2.1. Contribuições do Coaching Norte-Americano
 - 7.2.2. Contribuições do Coaching Humanista-Europeu
 - 7.2.3. Contribuições do Coaching Ontológico
 - 7.2.4. Conclusões
- 7.3. O Coachee-Cliente
 - 7.3.1. Presente-Quebra-Objetivos
 - 7.3.2. Como conhecer a situação de cada pessoa de uma equipe profissional e assim superar problemas para alcançar os objetivos
 - 7.3.3. Conhecer a situação atual através da ferramenta "A RODA DA VIDA PROFISSIONAL"
 - 7.3.4. Conclusões

- 7.4. Situação Ideal
 - 7.4.1. Para onde vou
 - 7.4.2. Identificar meta, visão e clarificação de objetivos. Tanto como profissional individual quanto coordenador de uma equipe
 - 7.4.3. Modelo GROW
 - 7.4.4. Exemplo: onde você quer ter cada membro de sua equipe através de um Mandala
- 7.5. A Técnica. Nossa Mente
 - 7.5.1. Modelos Mentais
 - 7.5.2. Observar, Distinguir
 - 7.5.3. Crenças, Julgamentos
 - 7.5.4. Fatos e Opiniões
- 7.6. A Técnica. A Linguagem
 - 7.6.1. Postulados básicos da ontologia da linguagem segundo Rafael Echevarría
 - 7.6.2. Competência na Escuta, Silêncio e Fala
 - 7.6.3. Livros recomendados
 - 7.6.4. Rafael Echevarría. Ontologia da Linguagem
 - 7.6.5. Leonardo Wolk. A Arte de Soprar Brasas
- 7.7. A Técnica. A Emoção
 - 7.7.1. Gestão e inteligência emocional
 - 7.7.2. Legitimar a emoção para gerenciá-la nas dimensões linguísticas
 - 7.7.3. Emocionais
 - 7.7.4. Conclusões
- 7.8. A Técnica. A Corporeidade
 - 7.8.1. Quem sou eu a partir do meu corpo?
 - 7.8.2. Postura e movimento
 - 7.8.3. Tendências que apoiam ou bloqueiam as conversas com o corpo
 - 7.8.4. Conclusões

- 7.9. Perguntas Poderosas. Como utilizar as perguntas para que cada integrante de sua equipe encontre sua melhor versão
 - 7.9.1. Para determinar o perfil do nosso cliente e elaborar o plano de ação
 - 7.9.2. Perguntas de Coaching para reconectar
 - 7.9.3. Perguntas de Coaching para mudar de perspectiva
 - 7.9.4. Perguntas de Coaching para conscientização
 - 7.9.5. Perguntas de Coaching para criar ação
 - 7.9.6. Perguntas de Coaching para estabelecer metas
 - 7.9.7. Perguntas de Coaching para elaborar plano de ação
 - 7.9.8. Perguntas de Coaching para que o cliente encontre suas próprias soluções
- 7.10. A Ação
 - 7.10.1. Fases do Plano de Ação
 - 7.10.2. acompanhar
 - 7.10.3. acompanhamento
 - 7.10.4. comprometimento
 - 7.10.5. Como elaborar um plano de ação com cada delegado de sua equipe

Módulo 8. O Departamento Médico

- 8.1. O Departamento Médico
 - 8.1.1. Estrutura Geral do Departamento Médico em Diferentes Empresas
 - 8.1.2. Objetivo e funções do departamento
 - 8.1.3. Papéis no departamento médico
 - 8.1.4. Como se relacionam com outros departamentos: Marketing, Acesso, Vendas, etc.
 - 8.1.5. Saída profissional do departamento médico na Indústria Farmacêutica
- 8.2. Ensaio Clínicos
 - 8.2.1. Fundamentos do Desenvolvimento Clínico
 - 8.2.2. Tipos de Ensaio Clínicos
 - 8.2.3. Tipos de ensaios clínicos
 - 8.2.4. Fases dos Ensaio Clínicos
 - 8.2.4.1. Estudos clínicos em fase I
 - 8.2.4.2. Estudos clínicos em fase II
 - 8.2.4.3. Estudos clínicos em fase III
 - 8.2.4.4. Estudos clínicos em fase IV
- 8.3. Metodologia dos Ensaio Clínicos
 - 8.3.1. Design do ensaio clínico
 - 8.3.2. Etapas no desenvolvimento do ensaio clínico
 - 8.3.3. Viabilidade dos Ensaio Clínicos
 - 8.3.4. Identificação e Seleção de Centros e Pesquisadores
 - 8.3.5. Material e Estratégias de Recrutamento
 - 8.3.6. Contratos com Centros de Pesquisa
 - 8.3.7. Protocolo
 - 8.3.8. Folha de Informação ao Paciente e Consentimento Informado
- 8.4. Monitoramento dos Ensaio: Monitoramento e controle
 - 8.4.1. Visita de Monitoramento
 - 8.4.1.1. Visita de Pré-Estudo
 - 8.4.1.2. Visita de início
 - 8.4.1.3. Visita de Monitoramento
 - 8.4.1.4. Visita de Encerramento
 - 8.4.2. Monitoramento Remoto
 - 8.4.3. Relatórios de Visita de Monitoramento
 - 8.4.4. Gestão de dados. Obtenção de resultados
- 8.5. Estudos de Prática Clínica Real (RWE) RWE
 - 8.5.1. Estudos de RWE: design, análise, minimização do viés
 - 8.5.2. Tipos de Estudos de RWE
 - 8.5.3. Integração no plano médico
 - 8.5.4. Coleta e comunicação de resultados
 - 8.5.5. Desafios atuais no uso de evidências e conhecimentos de RWE
 - 8.5.6. Como o RWE pode apoiar a tomada de decisões ao longo do ciclo de vida do produto
 - 8.5.7. *Estudos/Ensaio Iniciados por Investigadores e Colaborações de Pesquisa*
- 8.6. O Departamento de Medical Affairs
 - 8.6.1. O que é o departamento de *Medical Affairs*?
 - 8.6.1.1. Objetivo e funções do departamento
 - 8.6.1.2. Estrutura geral do departamento em diferentes empresas
 - 8.6.1.3. Interações entre Medical Affairs e outros departamentos (Operações Clínicas & Departamentos Comerciais)
 - 8.6.1.4. A relação dos assuntos médicos em função do ciclo de vida do produto

- 8.6.2. Criação de programas de geração de dados de ponta
- 8.6.3. O papel de co-liderança do Medical
- 8.6.4. *Affairs* em organizações farmacêuticas multifuncionais
- 8.7. Papéis no Departamento de *Medical Affairs*
 - 8.7.1. Papel do Medical Advisor
 - 8.7.2. Funções do Medical Advisor
 - 8.7.3. Táticas de participação com HCP
 - 8.7.3.1. Advisory Board e programas de promoção
 - 8.7.3.2. Publicações científicas
 - 8.7.3.3. Planejamento de congressos científicos
 - 8.7.4. Elaboração de um plano de comunicações médicas
 - 8.7.5. Design de estratégia médica de produto
 - 8.7.6. Gestão de projetos médicos e estudos baseados em dados de prática clínica real (RWE)
 - 8.7.7. Papel do *Medical Science Liaison*
 - 8.7.7.1. Funções do MSL: comunicação médica e interlocutores
 - 8.7.7.2. Implementação de projetos médicos e gestão territorial
 - 8.7.7.3. Estudos/Ensaio *Iniciados por Investigadores e Colaborações de Pesquisa*
 - 8.7.7.4. Comunicação científica e coleta de insights
- 8.8. *Compliance* no Departamento de Assuntos Médicos
 - 8.8.1. Conceito de *compliance* no departamento médico
 - 8.8.1.1. Promoção de medicamentos de prescrição
 - 8.8.1.2. Interação com Profissionais e Organizações de Saúde
 - 8.8.1.3. Interação com Organizações de Pacientes
 - 8.8.2. Definição de *On Label/Off Label*
 - 8.8.3. Diferenças entre departamento comercial e assuntos médicos
 - 8.8.4. Código de Boas Práticas Clínicas na promoção e informação médica
- 8.9. Informação Médica
 - 8.9.1. Plano integral de comunicação
 - 8.9.2. Meios de comunicação e plano de omnicanalidade
 - 8.9.3. Integração do plano de comunicação no plano médico

- 8.9.4. Recursos de informação em biomedicina
 - 8.9.4.1. Fontes internacionais: *Pubmed, Embase, WOS, etc*
 - 8.9.4.2. Fontes na América Latina: Índices CSIC, Ibecs, LILACS, etc.
 - 8.9.4.3. Fontes para localizar ensaios clínicos: WHO, *ClinicalTrials*, CENTRAL de Cochrane, etc.
 - 8.9.4.4. Fontes sobre informação de medicamentos: Bot Plus Web, FDA, etc.
 - 8.9.4.5. Outros recursos: organismos oficiais, sites, sociedades científicas, associações, agências de avaliação, etc.
- 8.10. Farmacovigilância
 - 8.10.1. Farmacovigilância em Ensaio Clínicos
 - 8.10.1.1. Marco Legal e Definições
 - 8.10.1.2. Gestão de eventos adversos
 - 8.10.2. Notificação de Acontecimentos Adversos, Eudravigilance
 - 8.10.3. Relatórios Periódicos de Segurança
 - 8.10.4. Farmacovigilância em Outros Ensaio Clínicos: Estudos pós-autorização

Módulo 9. A Liderança da Equipe Farmacêutica

- 9.1. Liderança
 - 9.1.1. Introdução à liderança
 - 9.1.2. Poder e influência
 - 9.1.3. O que é liderança?
 - 9.1.4. Conclusões
- 9.2. Teoria sobre Liderança
 - 9.2.1. O Processo de Liderança
 - 9.2.2. Estilos de liderança
 - 9.2.3. Modelos de liderança
 - 9.2.4. Evolução
- 9.3. Habilidades de Liderança
 - 9.3.1. Comunicação
 - 9.3.2. Comprometimento
 - 9.3.3. Motivação
 - 9.3.4. Tomada de decisões

- 9.4. Gestão de Equipes
 - 9.4.1. Organização
 - 9.4.2. Gestão do tempo
 - 9.4.3. Planejamento e Objetivos
 - 9.4.4. Avaliação de Equipes
- 9.5. Habilidades para a Gestão de Equipes
 - 9.5.1. Metas
 - 9.5.2. Objetivos
 - 9.5.3. Gestão do Tempo
 - 9.5.4. Gestão de Problemas
- 9.6. Tomada de decisões
 - 9.6.1. Processo
 - 9.6.2. Tomada de Decisões em Equipe
 - 9.6.3. Decisões estratégicas
 - 9.6.4. Decisões Éticas
- 9.7. Comunicação, Parte do Sucesso
 - 9.7.1. Comunicação externa
 - 9.7.2. Comunicação interna
 - 9.7.3. Comunicação de crise
 - 9.7.4. Comunicação Intercultural
- 9.8. Negociação e gestão de conflitos
 - 9.8.1. Estratégias de comunicação
 - 9.8.2. Habilidades
 - 9.8.3. Gestão de conflitos
 - 9.8.4. Negociação em Equipe
- 9.9. Desenvolvimento de Pessoas
 - 9.9.1. Equipes
 - 9.9.2. Motivação
 - 9.9.3. Visibilidade
 - 9.9.4. Conclusões
- 9.10. Objetivo Comum, Desenvolvimento de um Projeto
 - 9.10.1. Objetivo Comum, Qual é
 - 9.10.2. Equipes Multidisciplinares
 - 9.10.3. Construção de Alianças
 - 9.10.4. Estratégias mais utilizadas

Módulo 10. O Plano de *Negócios* no Território

- 10.1. Os Planos de Negócios
 - 10.1.1. O que é um plano de negócios
 - 10.1.2. Propósito e objetivos dos planos de negócios
 - 10.1.3. Por que é importante fazer um plano de negócios
 - 10.1.4. Quando devemos fazer um plano de negócios
- 10.2. Contexto da Indústria Farmacêutica
 - 10.2.1. Situação estrutural da indústria farmacêutica
 - 10.2.2. Pessoas e departamentos-chave no desenvolvimento de um plano de ação
 - 10.2.3. Direção Geral
 - 10.2.3.1. Gestão de vendas
 - 10.2.3.2. Departamento de Marketing
 - 10.2.3.3. Departamento Médico
 - 10.2.3.4. Departamento Financeiro
 - 10.2.3.5. Departamento Regulatório
 - 10.2.4. Desafios atuais da indústria farmacêutica
- 10.3. Etapas para Definir um Plano de Negócios
 - 10.3.1. Definir objetivo
 - 10.3.2. Descrição do produto: atributos-chave
 - 10.3.3. Que informações são necessárias para realizar um plano
 - 10.3.4. Alinhamento com a estratégia
 - 10.3.5. Definir *prazos*
 - 10.3.6. Definir recursos
 - 10.3.7. Estabelecer resultados
- 10.4. Plano Comercial e de Marketing
 - 10.4.1. Recursos comerciais para estabelecer um plano
 - 10.4.2. Escolha do plano em função do nosso objetivo
 - 10.4.3. Estratégia de marketing: alinhamento
 - 10.4.4. Recursos de marketing como alavanca
- 10.5. Análise dos Clientes
 - 10.5.1. Gestão das relações com clientes
 - 10.5.2. Identificar necessidades dos clientes
 - 10.5.3. Comunicação com clientes
 - 10.5.4. Conclusões

- 10.6. Análise da concorrência
 - 10.6.1. Segmentação de mercado
 - 10.6.2. Análise competitiva do seu produto
 - 10.6.3. Estratégias comerciais frente à concorrência
 - 10.6.4. Planos de expansão
 - 10.6.5. Mapa de defesa
- 10.7. Análise Econômica do Plano de Negócios
 - 10.7.1. Estimativa de custos e objetivos
 - 10.7.2. Fontes e estratégias de investimento
 - 10.7.3. Análise de riscos financeiros
 - 10.7.4. Avaliação do retorno sobre o investimento
- 10.8. Implementação e Acompanhamento do Plano de Negócios
 - 10.8.1. Agenda do plano de negócios
 - 10.8.2. Monitoramento do processo e mecanismos de revisão conforme evolução
 - 10.8.3. KPI: Indicadores objetivos de resultados
 - 10.8.4. Conclusões
- 10.9. Análise Final do Plano de Negócios
 - 10.9.2. Cumprimento de prazos
 - 10.9.3. Análise de resultados
 - 10.9.4. Análise orçamentária
- 10.10. Plano de Marketing Pharma/Biotech
 - 10.10.1. Análise de mercado
 - 10.10.2. Concorrência
 - 10.10.3. Público-alvo
 - 10.10.4. Posicionamento de marca

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- 11.1. Globalização e Governança
 - 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
 - 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 11.2.3. Gestão de Diversidade



- 11.3. Sustentabilidade
 - 11.3.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 11.3.2. Agenda 2030
 - 11.3.3. Empresas Sustentáveis
- 11.4. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 11.4.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 11.4.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
 - 11.4.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 11.4.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
- 11.5. Multinacionais e direitos humanos
 - 11.5.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 11.5.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
 - 11.5.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos
- 11.6. Entorno legal e *Corporate Governance*
 - 11.6.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 11.6.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 11.6.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e de Talentos

- 12.1. Gestão estratégica de pessoas
 - 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas
- 12.2. Gestão de recursos humanos por competências
 - 12.2.1. Análise do potencial
 - 12.2.2. Política de remuneração
 - 12.2.3. Planos de carreira/sucessão
- 12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 12.3.1. Gestão de desempenho
 - 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 12.4. Motivação
 - 12.4.1. A natureza da motivação
 - 12.4.2. Teoria das expectativas
 - 12.4.3. Teorias de necessidades
 - 12.4.4. Motivação e compensação financeira

- 12.5. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 12.5.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
 - 12.5.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho
- 12.6. Gestão de mudanças
 - 12.6.1. Gestão de mudanças
 - 12.6.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
 - 12.6.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças
- 12.7. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 12.7.1. Produtividade
 - 12.7.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- 13.1. Ambiente Econômico
 - 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
 - 13.1.2. Instituições financeiras
 - 13.1.3. Mercados financeiros
 - 13.1.4. Ativos financeiros
 - 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 13.2. Contabilidade Gerencial
 - 13.2.1. Conceitos básicos
 - 13.2.2. O Ativo da empresa
 - 13.2.3. O Passivo da empresa
 - 13.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
 - 13.2.5. A Demonstração de Resultados
- 13.3. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos e classificação
 - 13.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 13.3.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 13.4. Orçamento e Controle de Gestão
 - 13.4.1. O modelo orçamentário
 - 13.4.2. O orçamento de capital
 - 13.4.3. O orçamento operacional
 - 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
 - 13.4.6. Controle orçamentário

- 13.5. Gestão Financeira
 - 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
 - 13.5.2. O departamento financeiro
 - 13.5.3. Excedentes de tesouraria
 - 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 13.5.5. Gestão de riscos na direção financeira
- 13.6. Planejamento Financeiro
 - 13.6.1. Definição do planejamento financeiro
 - 13.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
 - 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
 - 13.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
 - 13.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante
- 13.7. Estratégia Financeira Corporativa
 - 13.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
 - 13.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial
- 13.8. Financiamento Estratégico
 - 13.8.1. Autofinanciamento
 - 13.8.2. Aumento de fundos próprios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiamento por meio de intermediários
- 13.9. Análise e planejamento financeiro
 - 13.9.1. Análise de Balanço de Situação
 - 13.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
 - 13.9.3. Análise de Rentabilidade
- 13.10. Análise e resolução de casos/problemas
 - 13.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- 14.1. Gestão Comercial
 - 14.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
 - 14.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
 - 14.1.3. O papel dos gerentes comerciais
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Conceito de Marketing
 - 14.2.2. Noções básicas de marketing
 - 14.2.3. Atividades de marketing da empresa
- 14.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 14.3.1. Conceito de marketing estratégico
 - 14.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
 - 14.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- 14.4. Marketing digital e e-commerce
 - 14.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
 - 14.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
 - 14.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
 - 14.4.4. Categorias do comércio eletrônico
 - 14.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional
- 14.5. Marketing digital para fortalecer a marca
 - 14.5.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Marketing digital para atrair e reter clientes
 - 14.6.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hipersegmentação
- 14.7. Gerenciamento de campanhas digitais
 - 14.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 14.7.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
 - 14.7.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital
- 14.8. Estratégia de Vendas
 - 14.8.1. Estratégia de Vendas
 - 14.8.2. Métodos de Vendas

- 14.9. Comunicação Corporativa
 - 14.9.1. Conceito
 - 14.9.2. Importância da comunicação na organização
 - 14.9.3. Tipo de comunicação na organização
 - 14.9.4. Função da comunicação na organização
 - 14.9.5. Elementos da comunicação
 - 14.9.6. Problemas de comunicação
 - 14.9.7. Cenários da comunicação
- 14.10. Comunicação e reputação digital
 - 14.10.1. Reputação online
 - 14.10.2. Como medir a reputação digital?
 - 14.10.3. Ferramentas de reputação online
 - 14.10.4. Relatório de reputação online
 - 14.10.5. *Branding* online

Módulo 15. Gestão Executiva

- 15.1. *Management*
 - 15.1.1. Conceito de *Geral Management*
 - 15.1.2. A ação do gerente geral
 - 15.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 15.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 15.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 15.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
- 15.3. Gestão operacional
 - 15.3.1. Importância da gestão
 - 15.3.2. A cadeia de valor
 - 15.3.3. Gestão de Qualidade
- 15.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 15.4.1. Comunicação interpessoal
 - 15.4.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 15.4.3. Obstáculos à comunicação
- 15.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais
 - 15.5.1. A comunicação interpessoal

- 15.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 15.5.3. A comunicação na organização
- 15.5.4. Ferramentas na organização
- 15.6. Comunicação em situações de crise
 - 15.6.1. Crise
 - 15.6.2. Fases da crise
 - 15.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 15.7. Preparando um plano de crise
 - 15.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 15.7.2. Planejamento
 - 15.7.3. Adequação de pessoal
- 15.8. *Branding* personal
 - 15.8.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 15.8.2. Leis de branding pessoal
 - 15.8.3. Ferramentas pessoais de construção de marca



Em apenas 12 meses, você explorará os aspectos mais relevantes de estratégia competitiva, marketing e finanças na indústria farmacêutica"

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Na TECH Nursing School usamos o Método de Estudo de Caso

Em uma situação concreta, o que um profissional deveria fazer? Ao longo deste programa, os alunos irão se deparar com diversos casos clínicos simulados, baseados em pacientes reais, onde deverão investigar, estabelecer hipóteses e finalmente resolver as situações. Há inúmeras evidências científicas sobre a eficácia deste método. Os enfermeiros aprendem melhor, mais rápido e de forma mais sustentável ao longo do tempo.

Com a TECH os enfermeiros experimentam uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo.



Segundo o Dr. Gérvas, o caso clínico é a apresentação comentada de um paciente, ou grupo de pacientes, que se torna um "caso", um exemplo ou modelo que ilustra algum componente clínico peculiar, seja pelo seu poder de ensino ou pela sua singularidade ou raridade. É essencial que o caso estudado seja fundamentado na vida profissional atual, recriando as condições reais na prática da enfermagem profissional.

“

Você sabia que este método foi desenvolvido em 1912, em Harvard, para os alunos de Direito? O método do caso consistia em apresentar situações reais e complexas para que os alunos tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard”

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

1. Os enfermeiros que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade mental através de exercícios que avaliam situações reais e a aplicação do conhecimento.
2. A aprendizagem se consolida através das habilidades práticas, permitindo que o profissional de enfermagem integre melhor o conhecimento no ambiente hospitalar ou no atendimento primário.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e mais eficiente, graças ao uso de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.



Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.



O enfermeiro aprenderá através de casos reais e da resolução de situações complexas em ambientes simulados de aprendizagem. Estes simulados são realizados através de softwares de última geração para facilitar a aprendizagem imersiva.

Na vanguarda da pedagogia mundial, o método Relearning conseguiu melhorar os níveis de satisfação geral dos profissionais que concluíram seus estudos, com relação aos indicadores de qualidade da melhor universidade online do mundo (Universidade de Columbia).

Essa metodologia já capacitou mais de 175 mil enfermeiros com sucesso sem precedentes em todas as especialidades, independente da carga prática. Nossa metodologia de ensino é desenvolvida em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica.

A nota geral do sistema de aprendizagem da TECH é de 8,01, de acordo com os mais altos padrões internacionais.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi desenvolvido especialmente para o programa pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais inovadoras e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que colocamos à disposição do aluno.



Técnicas e procedimentos de enfermagem em vídeo

A TECH aproxima o aluno das técnicas mais recentes, dos últimos avanços educacionais e da vanguarda das técnicas de enfermagem atuais. Tudo isso com o máximo rigor, explicado e detalhado para contribuir para a assimilação e compreensão do aluno. E o melhor de tudo, você pode vê-los quantas vezes quiser.



Resumos interativos

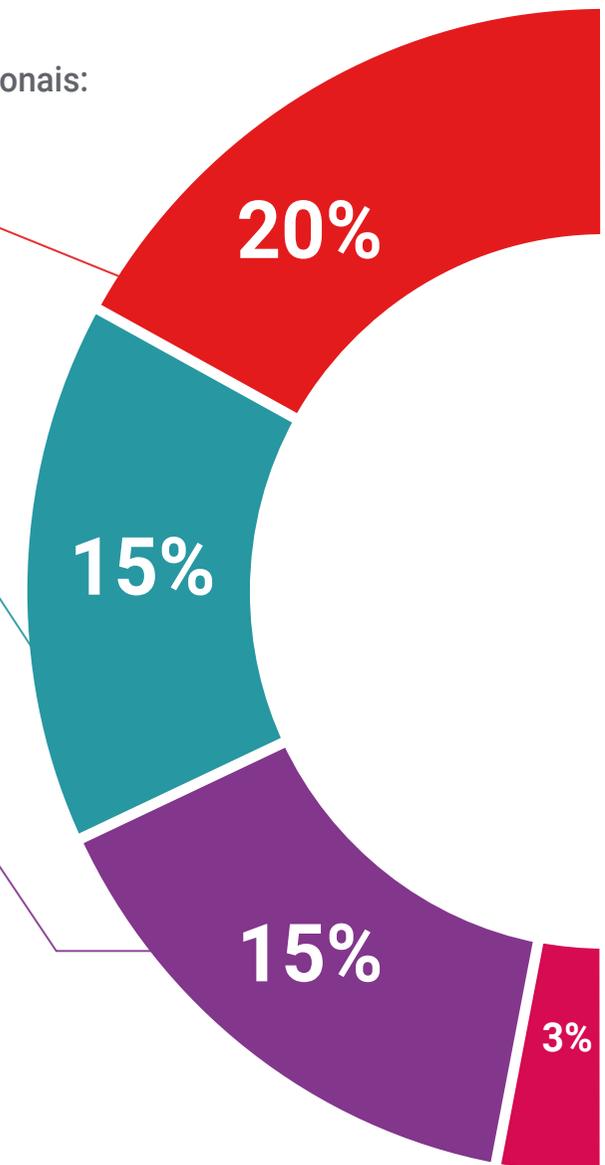
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

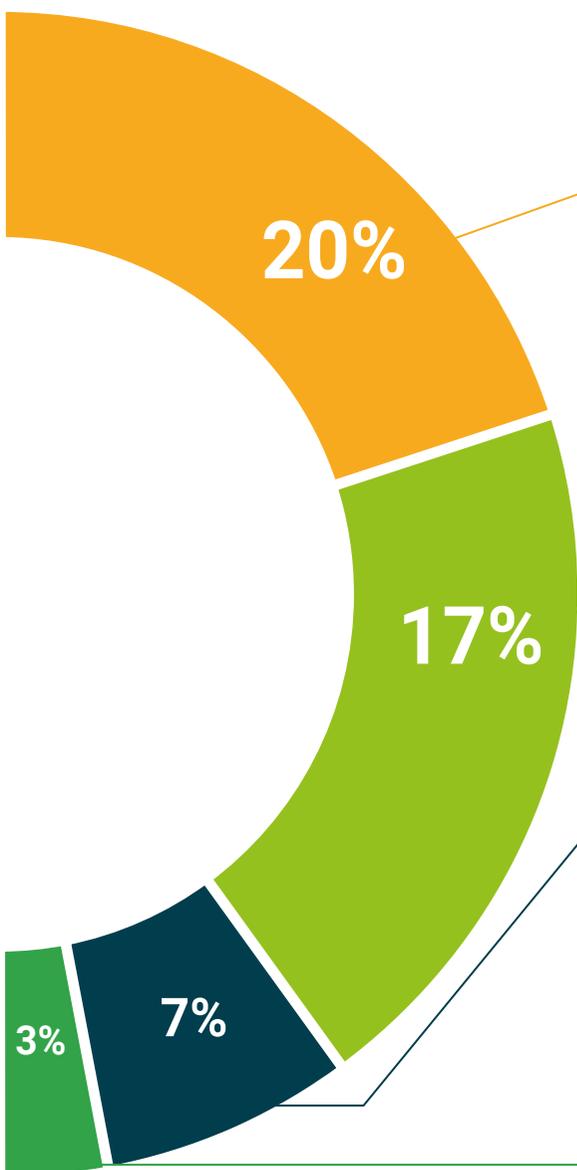
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de casos elaborados e orientados por especialistas

A aprendizagem efetiva deve ser necessariamente contextual. Portanto, na TECH apresentaremos casos reais em que o especialista guiará o aluno através do desenvolvimento da atenção e da resolução de diferentes situações: uma forma clara e direta de alcançar o mais alto grau de compreensão.



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente seus conhecimentos ao longo do programa através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas. O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



Guias rápidos de ação

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.



07

Certificado

O Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas para Enfermagem_ garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas para Enfermagem** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio MBA em Gestão de Empresas Farmacêuticas e Biotecnológicas para Enfermagem**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



*Apostila de Haia: "Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sustentabilidade

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio
MBA em Gestão de
Empresas Farmacêuticas
e Biotecnológicas para
Enfermagem

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

MBA em Gestão de Empresas
Farmacêuticas e Biotecnológicas
para Enfermagem