

Programa Avançado

Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica



Programa Avançado

Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/farmacia/programa-avancado/programa-avancado-estrategias-marketing-aplicadas-industria-farmacutica

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 16

05

Metodologia

pág. 22

06

Certificado

pág. 30

01

Apresentação

A implementação adequada das estratégias de marketing no setor farmacêutico permite atrair a atenção do público-alvo, comunicar os benefícios do produto e estabelecer conexões com os consumidores. Dessa forma, ao visar às necessidades do mercado, as empresas farmacêuticas podem influenciar a demanda e gerar interesse em seus produtos. Devido ao alto nível de concorrência, é importante que os profissionais do setor sejam capazes de aplicar as últimas tendências no desenvolvimento e na execução de campanhas de promoção e marketing. Por esse motivo, a TECH elaborou um programa completo em um formato 100% online, que oferece ao profissional a flexibilidade de acesso a qualquer hora e lugar, a partir de qualquer dispositivo com conexão à Internet.



“

Amplie seus conhecimentos sobre os fundamentos do Marketing Farmacêutico com esta capacitação exclusiva que só a TECH pode lhe oferecer”

Um marketing eficiente no setor farmacêutico contribui para aumentar as vendas de uma empresa e estimular a preferência dos consumidores por seus produtos. Por meio de estratégias como promoções de lançamento, campanhas publicitárias persuasivas e programas de fidelidade, as empresas farmacêuticas conseguem aumentar sua participação no mercado.

Por esse motivo, a figura do farmacêutico especialista em marketing é indispensável quando se busca o sucesso comercial. Estar na vanguarda das mais recentes técnicas de publicidade permitirá que o profissional identifique oportunidades, destaque tendências e antecipe mudanças. Assim, surgiu este Programa Avançado de Estratégias de Marketing Aplicadas ao Setor Farmacêutico.

Trata-se de um programa de 6 meses que conduz o profissional à elaboração de um plano de negócios, ao gerenciamento correto dos processos de marketing e a uma visão geral do consumidor. Nesse sentido, o aluno terá acesso a uma série de materiais multimídia, como resumos em vídeo e leituras especializadas, armazenados em uma biblioteca virtual, que pode ser acessada a qualquer hora e lugar, 24 horas por dia, sem restrições.

Este **Programa Avançado de Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Farmácia
- ◆ 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
- ◆ Lições 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



Aplique com sucesso a metodologia SMART e amplie as vendas em sua farmácia"

“

Com este curso, você criará uma estratégia de marketing eficaz aplicada ao setor farmacêutico”

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

Graças a este programa, você aprimorará suas habilidades de análise de mercado e desenvolverá linhas de ação muito mais eficazes no setor farmacêutico.

Amplie suas habilidades na área de Marketing care através do mais avançado programa de estudos criado por especialistas estabelecidos neste campo.



02

Objetivos

O objetivo deste curso é proporcionar aos farmacêuticos uma atualização completa sobre as estratégias de marketing mais vanguardistas e revolucionárias utilizadas no setor farmacêutico. Dessa forma, os profissionais aprimorarão suas habilidades na criação de planos estratégicos para a promoção de produtos farmacológicos e todos os elementos relevantes para a realização dos objetivos de marketing e vendas. Para facilitar este processo de atualização, a TECH fornece um programa de estudos, preparado por especialistas reais.



“

Adapte suas ações promocionais com perfeição, levando em consideração as tendências e as mudanças nos hábitos dos consumidores na área da saúde”



Objetivos gerais

- ◆ Adquirir conhecimento especializado no setor farmacêutico
- ◆ Aprofundar seus conhecimentos sobre a indústria farmacêutica
- ◆ Aprofundar-se nos últimos avanços do setor farmacêutico
- ◆ Compreender a estrutura e o funcionamento da indústria farmacêutica
- ◆ Compreender o ambiente competitivo da indústria farmacêutica
- ◆ Compreender os conceitos e as metodologias de pesquisa de mercado
- ◆ Usar tecnologias e ferramentas de pesquisa de mercado
- ◆ Desenvolver habilidades de vendas específicas do setor farmacêutico
- ◆ Compreender o ciclo de vendas no setor farmacêutico
- ◆ Analisar o comportamento do cliente e as necessidades do mercado
- ◆ Desenvolver habilidades de liderança
- ◆ Compreender os aspectos específicos da gestão na indústria farmacêutica
- ◆ Aplicar técnicas de gestão de projetos
- ◆ Compreender os princípios e fundamentos do marketing na indústria farmacêutica





Objetivos específicos

Módulo 1. Plano de Marketing Farmacêutico

- ◆ Aprofundar os fundamentos do marketing farmacêutico
- ◆ Desenvolver habilidades na elaboração de planos de marketing
- ◆ Aprofundar as características e as necessidades dos clientes do setor farmacêutico

Módulo 2. Gestão de Marketing aplicado à Indústria Farmacêutica

- ◆ Introduzir os princípios e fundamentos do marketing na indústria farmacêutica
- ◆ Desenvolver habilidades na gestão de produtos farmacêuticos
- ◆ Abordar o uso de ferramentas e técnicas de marketing digital

Módulo 3. O consumidor

- ◆ Aprofundar conhecimento sobre o comportamento do consumidor
- ◆ Analisar os diferentes segmentos de mercado
- ◆ Pesquisar tendências e mudanças nos hábitos dos consumidores
- ◆ Aplicar técnicas de pesquisa de mercado



Será possível ter acesso ao marketing de componentes nutricionais e hospitalares através do melhor material didático"

03

Direção do curso

Em seu compromisso com a qualidade de seus programas, a TECH reuniu uma excelente equipe de professores formada por especialistas da indústria farmacêutica e de marketing. Graças ao seu conhecimento aprofundado, os alunos terão a garantia de acesso a uma capacitação de acordo com suas necessidades de atualização com os melhores especialistas. Além disso, a proximidade da equipe de professores permitirá que o aluno resolva quaisquer dúvidas que possa ter sobre o conteúdo do programa.





“

Atualize-se com um programa elaborado por especialistas da área farmacêutica, por meio do qual será possível aprender a usar estratégias de pagamento para otimizar seus resultados”

Direção



Sr. Carlos Calderón

- ♦ Diretor de Marketing e Publicidade em Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ♦ Consultor de Marketing e Publicidade na Experiencia MKT
- ♦ Diretor de Marketing e Publicidade em Marco Aldany
- ♦ CEO e diretor de criação na *C&C Advertising*
- ♦ Diretor de Marketing e Publicidade na Elsevier
- ♦ Diretor Criativo em CPM Consultores de Publicidade e Marketing
- ♦ Técnico de Publicidade da CEV de Madri



Sr. Alejandro Expósito Esteban

- ♦ Diretor Digital de *Innovation and Business Operation* em Merck Group
- ♦ Diretor Digital e de Novas Tecnologias do McDonalds Espanha
- ♦ Diretor de Alianças e Canais em *Microma The Service Group*
- ♦ Diretor de Serviços Pós-Venda em *Pc City Spain S.A.U.*

Professores

Sr. Rubén Rodríguez Muñoz

- ◆ Diretor de Marketing de vacinas em GSK
- ◆ Gerente de Vacinas para Adultos e Líder de Lançamento em GSK
- ◆ *Market Access Manager en Baxter International Inc.*
- ◆ Gerente Territorial de Saúde da Bayer
- ◆ *Product Manager na Bayer*
- ◆ Formado em Publicidade e Relações Públicas pela *ESIC Business School*
- ◆ Mestrado em Gestão Comercial e de Marketing na Indústria Farmacêutica pelo Centro de Estudos Superiores da Indústria Farmacêutica (CESIF)
- ◆ Mestrado em Avaliação de Saúde e Acesso ao Mercado (Farmacoeconomia) pela Universidade Carlos III de Madri

Sr. Hugo González Suárez

- ◆ Digital & Product Marketing Manager em Laboratorios ERN S.A.
- ◆ Product Marketing and Project Manager em Amgen
- ◆ Formado em Bioquímica e Farmacologia pela Cambridge International University
- ◆ Mestrado em Marketing pelo Centro de Estudos Superiores da Indústria Farmacêutica (CESIF)
- ◆ Mestrado em Administração de Empresas pela *ESNECA Business School*

Sr. Juan Cuadrado

- ◆ *Brand Manager & Adult Vaccination Lead na GSK*
- ◆ *Product Manager COVID-19 Therapeutics na GSK*
- ◆ Multichannel Marketing na GSK
- ◆ *Product Manager em Cantabria Labs Spain*
- ◆ Medical Affairs Trainee na GSK
- ◆ Formado em Farmácia pela Universidade Complutense de Madri
- ◆ MRes em Descoberta e Desenvolvimento de Fármacos pelo Imperial College London

04

Estrutura e conteúdo

O Programa Avançado de Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica apresenta um programa de estudos que permitirá aos alunos desenvolver, do início ao fim, um plano completo voltado para a promoção e as vendas em diferentes canais. Tudo a partir de uma perspectiva teórico-prática e com o melhor material didático multimídia. Além disso, com a implementação do método *Relearning*, o aluno reduzirá o número de horas de estudo e fortalecerá a compreensão dos conceitos determinantes em longo prazo.



“

Com o método Relearning, será possível otimizar seu estudo, reduzir longas horas e se concentrar nos conceitos mais relevantes”

Módulo 1. Plano de Marketing Farmacêutico

- 1.1. Base do plano de Marketing Farmacêutico
 - 1.1.1. Análise do ambiente
 - 1.1.2. Oportunidades
 - 1.1.3. Ameaças
 - 1.1.4. Implementação
- 1.2. Objetivos do plano de Marketing
 - 1.2.1. Objetivos SMART.
 - 1.2.2. Objetivos de expansão do mercado
 - 1.2.3. Objetivos de crescimento de vendas
 - 1.2.4. Objetivos de fidelização de clientes
- 1.3. A estratégia geral do plano de Marketing
 - 1.3.1. Definição da visão
 - 1.3.2. Estabelecimento de objetivos
 - 1.3.3. Ferramentas do plano de marketing
 - 1.3.4. Conclusões
- 1.4. Marketing OTC
 - 1.4.1. Análise do mercado de produtos OTC
 - 1.4.2. Desenvolvimento de estratégias
 - 1.4.3. Design de embalagem
 - 1.4.4. Desenvolvimento de estratégias de expansão
- 1.5. O Marketing de *consumer care*
 - 1.5.1. *Branding*
 - 1.5.2. Uso Marketing digital
 - 1.5.3. Definição das principais estratégias
 - 1.5.4. Conclusões
- 1.6. Marketing médico
 - 1.6.1. Necessidades específicas
 - 1.6.2. Relações públicas
 - 1.6.3. Gestão de conferências médicas
 - 1.6.4. Estratégias para clínicas
- 1.7. Marketing de componentes nutricionais
 - 1.7.1. Medição de desempenho
 - 1.7.2. Tendências de marketing nutricional
 - 1.7.3. Avanços no Marketing Nutricional
 - 1.7.4. Conclusões





- 1.8. Marketing de produtos genéricos
 - 1.8.1. Medição de desempenho
 - 1.8.2. *Branding* e rotulagem
 - 1.8.3. PPV
 - 1.8.4. Conclusões
- 1.9. Marketing de produtos hospitalares
 - 1.9.1. Identificação do mercado-alvo
 - 1.9.2. Colaboração com fornecedores
 - 1.9.3. Demonstrações
 - 1.9.4. Conclusões
- 1.10. Marketing digital na indústria farmacêutica
 - 1.10.1. Otimização de mecanismos de pesquisa
 - 1.10.2. PPC
 - 1.10.3. Estratégias de marketing para celular
 - 1.10.4. E-mail Marketing

Módulo 2. Gestão de Marketing aplicado à Indústria Farmacêutica

- 2.1. Comunicação
 - 2.1.1. Comunicação eficaz e efetiva
 - 2.1.2. Participação em eventos
 - 2.1.3. Equipe de comunicação
 - 2.1.4. Comunicação interna
- 2.2. Publicidade
 - 2.2.1. Anúncios impressos
 - 2.2.2. Anúncios de televisão
 - 2.2.3. Anúncio de rádio
 - 2.2.4. Anúncios em mídias sociais
- 2.3. Marketing direto
 - 2.3.1. E-mail direto
 - 2.3.2. Mensagens de texto
 - 2.3.3. Ligações telefônicas
 - 2.3.4. Programas de fidelização
- 2.4. e-Marketing
 - 2.4.1. Marketing de parceiros
 - 2.4.2. Marketing de conteúdo
 - 2.4.3. Publicidade online

- 2.5. Pesquisa de tendências de mercado
 - 2.5.1. Inovações tecnológicas
 - 2.5.2. Mudanças epidemiológicas
 - 2.5.3. Acesso a mercados emergentes
 - 2.5.4. Digitalização em saúde
- 2.6. A diferenciação
 - 2.6.1. Medicamentos inovadores
 - 2.6.2. Formulações aprimoradas
 - 2.6.3. Abordagem de segurança
 - 2.6.4. Serviços de suporte ao paciente
- 2.7. Campanhas publicitárias
 - 2.7.1. *Got Milk*
 - 2.7.2. *Share a coke*
 - 2.7.3. *The truth*
 - 2.7.4. *Like a girl*
- 2.8. Criação de conteúdo
 - 2.8.1. Publicações científicas
 - 2.8.2. Materiais educacionais
 - 2.8.3. Conteúdo online
 - 2.8.4. *Webinars*
- 2.9. As necessidades do consumidor
 - 2.9.1. Segurança
 - 2.9.2. Eficácia
 - 2.9.3. Qualidade
 - 2.9.4. Acessibilidade
- 2.10. O comportamento do consumidor
 - 2.10.1. Problemas de saúde
 - 2.10.2. Influência médica
 - 2.10.3. Pesquisa de informações
 - 2.10.4. Experiências anteriores

Módulo 3. O consumidor

- 3.1. Conhecer o consumidor
 - 3.1.1. Análise de dados de vendas
 - 3.1.2. Perfil de consumidor
 - 3.1.3. Pesquisa de opinião pública
 - 3.1.4. Estudo de satisfação do cliente
- 3.2. A tendência da demanda
 - 3.2.1. Envelhecimento da população
 - 3.2.2. Consciência da saúde
 - 3.2.3. Avanços e tecnologia
 - 3.2.4. Medicina preventiva
- 3.3. Comunicação eficaz
 - 3.3.1. Mensagens claras
 - 3.3.2. Informação científica
 - 3.3.3. Transparência
 - 3.3.4. Comunicação bidirecional
- 3.4. Experiências anteriores
 - 3.4.1. Manufatura farmacêutica
 - 3.4.2. Farmacovigilância
 - 3.4.3. Reembolso
 - 3.4.4. Análise de dados
- 3.5. Acessibilidade dos produtos
 - 3.5.1. Embalagem do produto
 - 3.5.2. Informações em Braille
 - 3.5.3. Embalagem de dose única
 - 3.5.4. Adaptação de formatos
- 3.6. Educação do consumidor
 - 3.6.1. Promoção da adesão
 - 3.6.2. Uso seguro de medicamentos de venda livre
 - 3.6.3. Educação sobre doenças crônicas
 - 3.6.4. Efeitos colaterais
- 3.7. Criação de produtos
 - 3.7.1. Desenvolvimento pré-clínico
 - 3.7.2. Ensaio clínico.
 - 3.7.3. Manufatura
 - 3.7.4. *Packaging* e rotulagem

- 3.8. A relação médico-paciente
 - 3.8.1. Comunicação aberta
 - 3.8.2. Comunicação transparente
 - 3.8.3. Tomada de decisões compartilhada
 - 3.8.4. Respeito e empatia
- 3.9. Responsabilidade social
 - 3.9.1. Ética
 - 3.9.2. Responsabilidade social
 - 3.9.3. Sustentabilidade ambiental
 - 3.9.4. Transparência e prestação de contas
- 3.10. Influência tecnológica
 - 3.10.1. Pesquisa e desenvolvimento
 - 3.10.2. Medicina de precisão
 - 3.10.3. Segurança dos dados
 - 3.10.4. Aprendizagem automática

“

Com a TECH, você poderá identificar seu mercado-alvo e estabelecer parcerias com fornecedores estratégicos para consolidar sua posição no setor farmacêutico”

05

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 usamos o Método do Caso

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

Com a TECH você irá experimentar uma forma 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 seja fundamentado na vida profissional atual, tentando recriar as condições reais da prática profissional do farmacêutico.

“

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 farmacêuticos 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 nas habilidades práticas permitindo ao farmacêutico integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
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 farmacêutico aprenderá através de casos reais e da resolução de situações complexas em ambientes simulados de aprendizagem. Estes simulados são realizados através de software 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).

Através desta metodologia, mais de 115 mil farmacêuticos foram capacitados com sucesso sem precedentes em todas as especialidades clínicas, independente da carga cirúrgica. 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 foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Técnicas e procedimentos em vídeo

A TECH aproxima o aluno das técnicas mais inovadoras, dos últimos avanços educacionais e da vanguarda da Educação. Tudo isso, explicado detalhadamente para sua total assimilação e compreensão. E o melhor de tudo, você poderá assistí-los quantas vezes quiser.



Resumos interativos

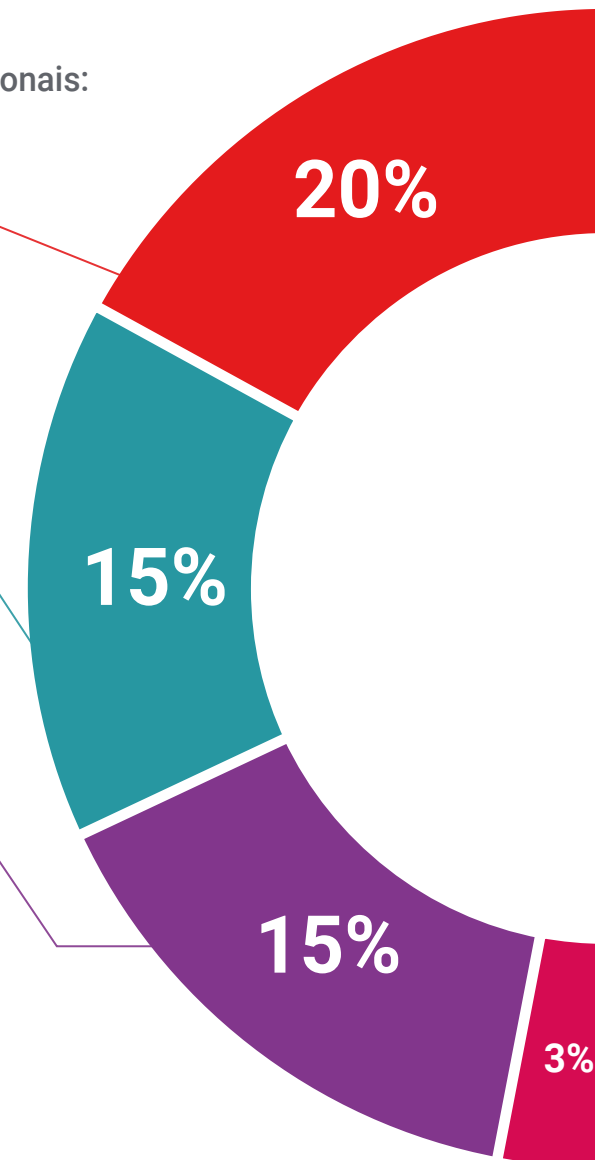
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

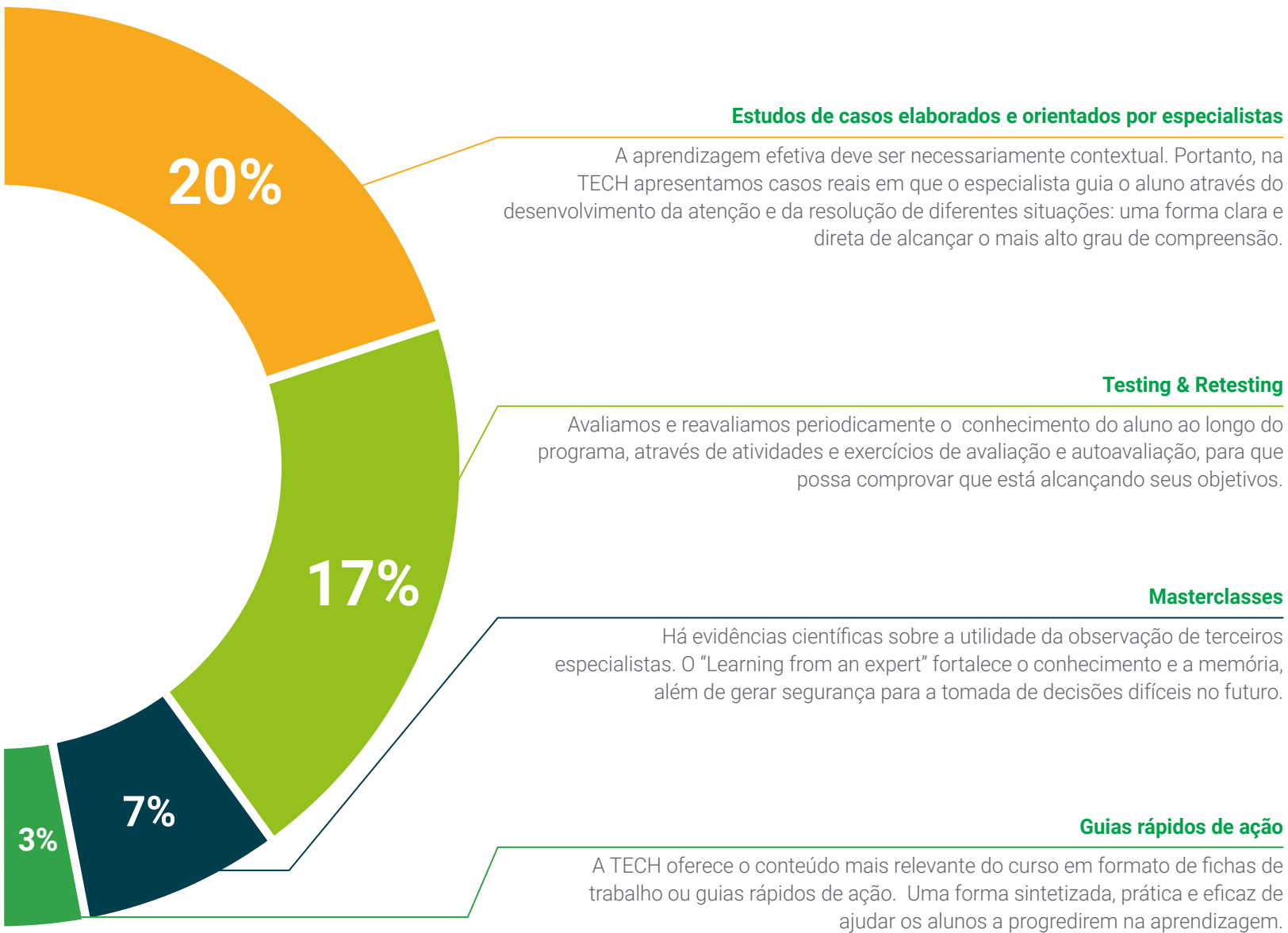
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



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.





06

Certificado

O Programa Avançado de Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Programa Avançado de Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Programa Avançado de Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



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

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado

Estratégias de Marketing Aplicadas
à Indústria Farmacêutica

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Programa Avançado

Estratégias de Marketing Aplicadas à Indústria Farmacêutica