

# Programa Avançado

## Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico



## Programa Avançado Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico

- » 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-gestao-financeira-marketing-farmacutico](http://www.techtute.com/br/farmacia/programa-avancado/programa-avancado-gestao-financeira-marketing-farmacutico)

# 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

De pequenas farmácias e laboratórios a distribuidores de produtos e serviços, as técnicas de marketing são usadas para atingir suas metas estratégicas. Nesse processo, é fundamental estabelecer o plano estratégico correto. Assim, a gestão financeira é fundamental para atingir a meta sem negligenciar os recursos econômicos disponíveis. Nessa linha, este curso, desenvolvido pela TECH, levará o farmacêutico a se aprofundar nos elementos essenciais para a implementação de campanhas promocionais, levando em consideração os aspectos mais relevantes da gestão econômica. Tudo isso, em um formato pedagógico 100% online e por meio do melhor material didático multimídia, criado por especialistas com uma trajetória profissional consolidada na indústria.



“

*Atualize-se em apenas 6 meses sobre os principais processos para uma Gestão Financeira de Marketing Farmacêutico de sucesso”*

O planejamento, a alocação e o controle eficientes dos recursos financeiros para as estratégias de marketing e promoção são fundamentais para o seu sucesso. O profissional farmacêutico com conhecimento do setor também deve levar em consideração esses fatores econômicos para poder implementar linhas de ação comercial com garantias em seu estabelecimento ou com os produtos que comercializa.

Isso envolve uma análise detalhada dos custos associados à publicidade online e offline, à participação em eventos e conferências ou à criação de materiais promocionais. Por esse motivo, foi criado o Programa Avançado de Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico, com duração de 6 meses.

Este é um programa avançado, desenvolvido por verdadeiros especialistas que ajudarão o aluno a se aprofundar no presente da Indústria Farmacêutica, Finanças orientadas para o departamento de Marketing ou gestão de equipe dentro deste setor. Para isso, o farmacêutico receberá recursos didáticos baseados em resumos em vídeo de cada tópico, vídeos detalhados, leituras especializadas e simulações de estudos de caso.

Essa é uma excelente oportunidade para os profissionais obterem uma atualização completa nesse campo por meio de uma capacitação que se caracteriza por sua flexibilidade. Os alunos precisam apenas de um dispositivo digital (celular, tablet ou computador) com conexão à Internet para visualizar o conteúdo disponível na plataforma virtual a qualquer hora do dia.

Este **Programa Avançado de Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico** 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 onde 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



*Uma opção acadêmica que permitirá que você se mantenha atualizado com as estratégias usadas na publicidade tradicional e no Marketing Digital"*

“

*Aprimore suas habilidades em gestão financeira orientada para iniciativas de Marketing 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.

*Analise a gestão de riscos financeiros aplicada ao Marketing Farmacêutico graças a estudos de caso fornecidos por especialistas da área.*

*Obtenha uma visão mais aprofundada da gestão do orçamento de Marketing no conforto de sua casa.*



# 02

# Objetivos

O objetivo deste curso universitário é oferecer ao especialista as estratégias e ferramentas necessárias para que ele possa ampliar suas competências no desenvolvimento de planos de Marketing Farmacêutico. Para isso, possui um programa completo com uma abordagem teórico-prática que é muito útil para a implementação de ações de promoção e marketing, levando em consideração os critérios econômicos mais eficientes. Além disso, conta com o apoio de uma equipe de professores especializados que podem responder a quaisquer perguntas que o aluno possa ter sobre o conteúdo do programa.



“

*Aprimore suas habilidades para a gestão de estratégias comerciais com este curso universitário de 450 horas”*



## 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. Estrutura da Indústria Farmacêutica

- ◆ Analisar a estrutura e o funcionamento do setor farmacêutico
- ◆ Pesquisar a cadeia de suprimentos, os principais atores e sua interação
- ◆ Abordar o ambiente competitivo da indústria farmacêutica

### Módulo 2. Finanças para o Departamento de Marketing

- ◆ Aprofundar o entendimento dos principais conceitos financeiros
- ◆ Aplicar técnicas de avaliação de projetos de marketing
- ◆ Analisar o impacto financeiro das estratégias de marketing

### Módulo 3. Direção e gestão de equipes na Indústria Farmacêutica

- ◆ Desenvolver habilidades de liderança
- ◆ Analisar os aspectos específicos da gestão na indústria farmacêutica
- ◆ Aplicar técnicas de gestão de projetos



*Aumente suas competências para integrar as técnicas mais eficazes de gestão de projetos no setor farmacêutico"*

03

# Direção do curso

Para oferecer uma atualização de qualidade, a TECH realizou um rigoroso processo de seleção de cada um dos professores que integram este programa. Dessa forma, o aluno obterá uma atualização completa de especialistas com experiência profissional consolidada no setor farmacêutico e de marketing. Assim, esta instituição acadêmica responde à necessidade de ampliar as habilidades no setor.



“

*Esclareça todas as suas dúvidas sobre  
o Plano de Marketing Farmacêutico  
com os melhores especialistas do setor”*

## 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. Jesús García-Valdecasas Rodríguez de Rivera

- ◆ Diretor Técnico Farmacêutico em Laboratórios Bohm
- ◆ Técnico responsável pela Área de Biocidas e Cosméticos nos Laboratórios Bohm
- ◆ Coordenador de Qualidade e Registros em Laboratórios Bohm
- ◆ Diretor de Garantia de Qualidade, Desenvolvimento e Assuntos Regulatórios da Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Responsável pelo Registro/Serviços Técnicos na Arafarma Group S.A.
- ◆ Formado em Farmácia pela Universidade de Alcalá
- ◆ Mestrado em Indústria Farmacêutica e Parafarmacêutica pelo Centro de Estudos Superiores da Indústria Farmacêutica (CESIF)

### 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. Gustavo Puerto Peña

- ◆ DCEO em Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Diretor Comercial e Administração em Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Diretor de Marketing em Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Programa de Diretores Independentes da ICADE Business School
- ◆ Formado em Administração e Gestão de Empresas pela *Saint Louis University*
- ◆ Membro da: ANEFP, Farmaindustria, ADEFAM

# 04

## Estrutura e conteúdo

Este Programa Avançado de Gestão Financeira de Marketing Farmacêutico proporcionará aos farmacêuticos o conhecimento mais atualizado em questões orçamentárias para o marketing de produtos farmacêuticos. Dessa forma, o farmacêutico obterá insights sobre a avaliação de desempenho, a gestão de riscos monetários e a viabilidade de novos produtos. Tudo isso, sem a necessidade de investir longas horas de estudo, pois o sistema *Relearning*, baseado na repetição do conteúdo ajuda a reforçar os conceitos principais de uma forma mais simples.



“

*Um plano de estudos adaptado às suas necessidades e projetado com a mais revolucionária metodologia pedagógica, o sistema Relearning”*

## Módulo 1. Estrutura da Indústria Farmacêutica

- 1.1. Desenvolvimento farmacológico
  - 1.1.1. Descoberta de fármacos
  - 1.1.2. Farmacocinética
  - 1.1.3. Farmacodinâmica
  - 1.1.4. Ensaio pré-clínicos
- 1.2. Laboratório Farmacêutico
  - 1.2.1. Boas práticas de laboratório
  - 1.2.2. Equipamentos de laboratório
  - 1.2.3. Instrumentos de laboratório
  - 1.2.4. Análise microbiológica
- 1.3. P&D
  - 1.3.1. Técnicas de triagem
  - 1.3.2. Técnicas de validação
  - 1.3.3. Projeto racional
  - 1.3.4. Química medicinal
- 1.4. Patentes
  - 1.4.1. Fundamentos da propriedade intelectual
  - 1.4.2. Procedimentos de solicitação de patentes
  - 1.4.3. Análise de patenteabilidade
  - 1.4.4. Estratégias de proteção
- 1.5. Genéricos
  - 1.5.1. Equivalência terapêutica
  - 1.5.2. Bioequivalência
  - 1.5.3. Processo de desenvolvimento
  - 1.5.4. Processo de fabricação
- 1.6. Gestão do estoque
  - 1.6.1. Controle de *estoque*
  - 1.6.2. Gestão de *estoque*
  - 1.6.3. Métodos de previsão de demanda
  - 1.6.4. Software Gestão do *estoque*
- 1.7. Descontos
  - 1.7.1. Descontos por volume
  - 1.7.2. Descontos para pagamentos imediatos
  - 1.7.3. Descontos por fidelidade
  - 1.7.4. Análise de lucratividade sobre descontos



- 1.8. Cadeia de valor do setor farmacêutico
  - 1.8.1. Gestão de riscos
  - 1.8.2. Tecnologias da Informação
  - 1.8.3. Sustentabilidade
  - 1.8.4. Responsabilidade social
- 1.9. Alianças estratégicas
  - 1.9.1. Colaboradores
  - 1.9.2. Contratos de licença
  - 1.9.3. *Joint ventures*
  - 1.9.4. Negociação de alianças estratégicas
- 1.10. Órgãos regulatórios
  - 1.10.1. Vigilância pós-comercialização
  - 1.10.2. Auditorias regulatórias
  - 1.10.3. Harmonização regulatória
  - 1.10.4. Reconhecimento mútuo de registros

## Módulo 2. Finanças para o Departamento de Marketing

- 2.1. Orçamento de marketing
  - 2.1.1. Publicidade tradicional
  - 2.1.2. Marketing digital
  - 2.1.3. Relações com a mídia
  - 2.1.4. Relações públicas
- 2.2. Análise de custo-benefício
  - 2.2.1. ACE
  - 2.2.2. ACU
  - 2.2.3. ACB
  - 2.2.4. ACM
- 2.3. Medição de desempenho
  - 2.3.1. Participação de mercado
  - 2.3.2. Retorno do investimento
  - 2.3.3. Pesquisa e desenvolvimento
  - 2.3.4. Eficiência operacional
- 2.4. Planejamento Financeiro
  - 2.4.1. Orçamentos
  - 2.4.2. Gestão de estoque
  - 2.4.3. Gestão de riscos
  - 2.4.4. Capitalização

- 2.5. Gestão de risco financeiro
  - 2.5.1. Diversificação de produtos
  - 2.5.2. Gerenciamento da cadeia de suprimentos
  - 2.5.3. Cobertura de riscos financeiros
  - 2.5.4. Conclusões
- 2.6. Lucratividade
  - 2.6.1. Eficiência na produção
  - 2.6.2. Estratégias de comercialização
  - 2.6.3. Expansão geográfica
  - 2.6.4. Conclusões
- 2.7. Investimentos futuros
  - 2.7.1. Análise de risco
  - 2.7.2. Oportunidade de mercado
  - 2.7.3. Escolha do momento
  - 2.7.4. Conclusões
- 2.8. Os recursos financeiros da empresa
  - 2.8.1. Capital próprio
  - 2.8.2. Financiamento da dívida
  - 2.8.3. Capital de risco
  - 2.8.4. Subsídios
- 2.9. Retorno do Investimento
  - 2.9.1. Patentes
  - 2.9.2. Pesquisa
  - 2.9.3. Análise
  - 2.9.4. Conclusões
- 2.10. A viabilidade de novos produtos
  - 2.10.1. Eficácia e segurança
  - 2.10.2. Demanda
  - 2.10.3. Oferta
  - 2.10.4. Propriedade intelectual

### Módulo 3. Direção e gestão de equipes na Indústria Farmacêutica

- 3.1. Liderança na indústria farmacêutica
  - 3.1.1. Tendências e desafios da liderança
  - 3.1.2. Liderança transformacional
  - 3.1.3. Liderança na gestão de riscos
  - 3.1.4. Liderança em melhoria contínua
- 3.2. Gestão de talentos
  - 3.2.1. Estratégias de recrutamento
  - 3.2.2. Desenvolvimento de perfis
  - 3.2.3. Planejamento de sucessão
  - 3.2.4. Retenção de talentos
- 3.3. Desenvolvimento e capacitação da equipe
  - 3.3.1. Boas Práticas de Fabricação (BPF)
  - 3.3.2. Desenvolvimento de habilidades técnicas
  - 3.3.3. Capacitação em segurança
  - 3.3.4. Desenvolvimento de P&D
- 3.4. Estratégias de comunicação interna
  - 3.4.1. Desenvolvimento de uma cultura de comunicação aberta
  - 3.4.2. Comunicação de objetivos e estratégias
  - 3.4.3. Comunicação de mudanças organizacionais
  - 3.4.4. Comunicação de políticas e procedimentos
- 3.5. Gestão de desempenho
  - 3.5.1. Definição de metas e objetivos claros
  - 3.5.2. Definição de indicadores de desempenho
  - 3.5.3. Feedback contínuo
  - 3.5.4. Avaliação de desempenho
- 3.6. Gestão de mudanças
  - 3.6.1. Diagnóstico da necessidade de mudança
  - 3.6.2. Comunicação efetiva da mudança
  - 3.6.3. Criação de um senso de urgência
  - 3.6.4. Identificação de líderes de mudança
- 3.7. Gestão de qualidade
  - 3.7.1. Definição de padrões de qualidade
  - 3.7.2. Implementação de sistemas de gestão de qualidade
  - 3.7.3. Controle de qualidade na produção
  - 3.7.4. Gestão de provedores

- 3.8. Gerenciamento do orçamento de Marketing
  - 3.8.1. Planejamento estratégico de Marketing
  - 3.8.2. Estabelecimento do orçamento total de Marketing
  - 3.8.3. Distribuição do orçamento por canais de Marketing
  - 3.8.4. Análise do retorno do investimento (ROI)
- 3.9. Planejamento e execução de campanhas de marketing
  - 3.9.1. Análise do mercado e do público-alvo
  - 3.9.2. Definição dos objetivos da campanha
  - 3.9.3. Desenvolvimento de estratégias de Marketing
  - 3.9.4. Seleção de canais de marketing
- 3.10. Atualização de notícias do mercado
  - 3.10.1. Análise das tendências de mercado
  - 3.10.2. Monitoramento da concorrência
  - 3.10.3. Acompanhamento dos avanços no setor
  - 3.10.4. Participação em eventos e conferências



*Com a TECH, você estará atualizado sobre as técnicas e ferramentas utilizadas no planejamento e na execução de campanhas de Marketing 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

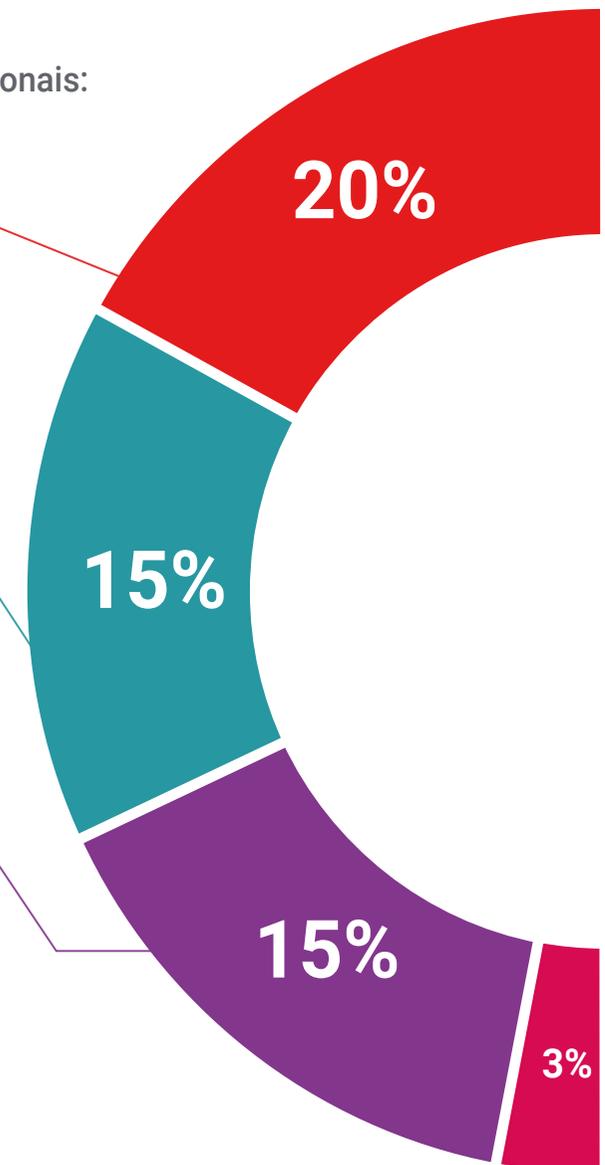
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

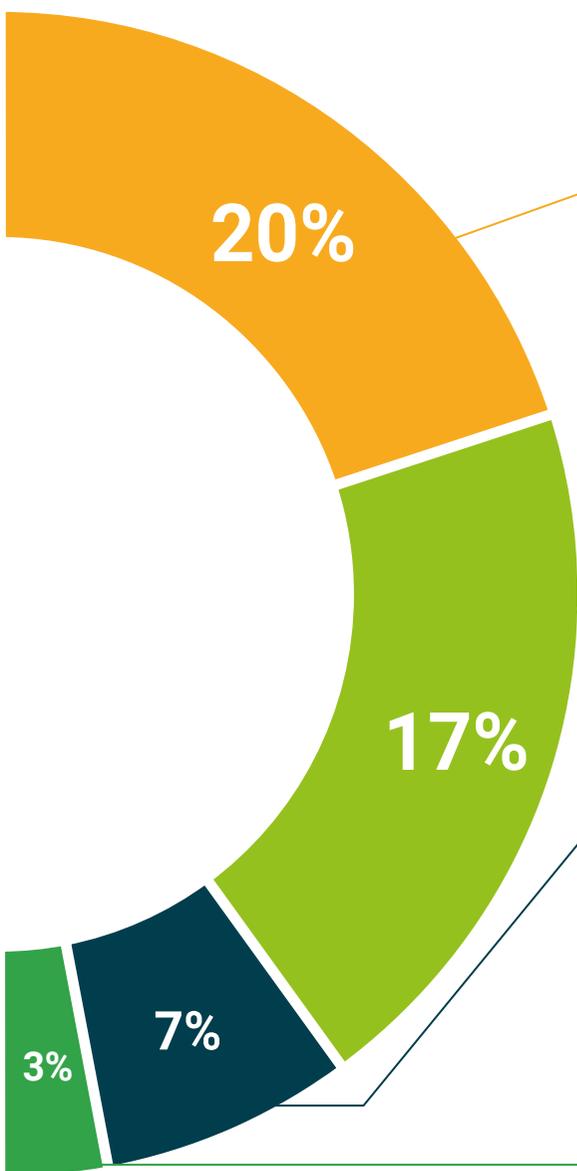
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



#### 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.





### Estudos de casos elaborados e orientados por especialistas

A aprendizagem efetiva deve ser necessariamente contextual. Portanto, na TECH apresentamos casos reais em que o especialista guia 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 o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que 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.



06

# Certificado

O Programa Avançado de Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, acesso ao certificado do Curso 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 Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico** 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 **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 Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



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



**Programa Avançado**  
Gestão Financeira  
do Marketing Farmacêutico

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

# Programa Avançado

## Gestão Financeira do Marketing Farmacêutico

