

Esperto Universitario

Digital Marketing in Pharma
Biotech per Infermieristica



Esperto Universitario Digital Marketing in Pharma Biotech per Infermieristica

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditemento: 18 crediti ECTS
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/infermieristica/specializzazione/specializzazione-digital-marketing-pharma-biotech-infermieristica

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 16

05

Metodologia

pag. 22

06

Titolo

pag. 30

01

Presentazione

Il digital marketing nell'industria farmaceutica e biotecnologica ha subito una trasformazione significativa ed è diventato uno strumento indispensabile per le aziende del settore. Pertanto, l'uso di tecniche di marketing è essenziale per far conoscere prodotti e servizi attraverso i social network e Internet, contribuendo al loro successo sul mercato. Affinché l'infermiere rimanga all'avanguardia in questo campo esigente, TECH ha sviluppato questo programma, che consente allo studente di conoscere le strategie di ricerca di mercato all'avanguardia e i metodi per posizionare un marchio nell'ambiente *Pharma Biotech*. Inoltre, la sua modalità 100% online garantisce allo studente di conciliare un'istruzione di alto livello con i suoi impegni personali e lavorativi.



“

Grazie a TECH, conoscerai le migliori tecniche di digital marketing da applicare nel settore Pharma Biotech”

Il Digital Marketing nel *Pharma Biotech* gioca un ruolo fondamentale per la sua capacità di raggiungere un pubblico specifico in modo rapido, accurato e personalizzato. Ciò offre alle aziende farmaceutiche e biotecnologiche l'opportunità di aumentare la loro visibilità, rafforzare il loro marchio e promuovere i loro prodotti in modo efficiente in un ambiente altamente competitivo. Inoltre, offre una varietà di strumenti e strategie che consentono l'analisi dei dati e il monitoraggio delle prestazioni delle campagne, facilitando il processo decisionale basato su risultati tangibili.

In questo senso, è indispensabile la figura del professionista qualificato nelle ultime tendenze di marketing online in modo che le aziende possano migliorare la loro efficacia comunicativa, aumentare le loro vendite e massimizzare i loro profitti economici. Pertanto, TECH ha creato questa qualifica, che fornisce allo studente un aggiornamento completo in questa materia. Durante la tua esperienza accademica, esaminerai la creazione di strategie di digital marketing in base alla segmentazione effettuata o conoscerai le tecniche sofisticate per intraprendere studi di mercato nell'ambiente Internet, tra le altre questioni.

Grazie al fatto che questo programma è insegnato in un formato 100% online, lo studente avrà la possibilità di aggiornarsi in questo settore professionale senza recarsi in un istituto accademico. Inoltre, godrai di una vasta gamma di risorse educative virtuali, come letture specializzate e riassunti interattivi, che faciliteranno il tuo processo di apprendimento. Inoltre, il metodo *Relearning* TECH ti permetterà di comprendere concetti complessi in modo più efficace in meno tempo.

Questo **Esperto Universitario in Digital Marketing in Pharma Biotech per Infermieristica** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi pratici presentati da specialisti in *Pharma Biotech*
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline mediche essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ La sua particolare enfasi sulle metodologie innovative
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



Esplora l'impatto che il marketing può avere sulla promozione dei prodotti farmaceutici"

“

Approfitterai dei vantaggi dei social network per distinguerti nel settore Pharma Biotech grazie a questa qualifica che ti offre solo TECH”

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore e altre aree correlate, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

Contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Padroneggerai le strategie di Community Management nell'ambiente digitale di Pharma Biotech attraverso questo Esperto Universitario 100% online.

Approfondirai la potenza dell'e-detailing e del CRM nel mondo digitale e come applicarlo all'industria farmaceutica.



02

Obiettivi

Lo scopo di questa qualifica è fornire all'infermiere un aggiornamento delle competenze e delle abilità digitali richieste nel campo della farmacologia e della biotecnologia. In questo modo, sarai in grado di promuovere prodotti, stabilire solide relazioni con altri esperti di medicina o posizionare il marchio delle aziende farmaceutiche, al fine di raggiungere la crescita e il successo in questo settore altamente specializzato.



“

Avrai a portata di mano riassunti interattivi e tutta una serie di risorse multimediali con cui approfondirai i dettagli del marketing digitale in Pharma Biotech"



Obiettivi generali

- ◆ Acquisire conoscenza della storia della direzione strategica
- ◆ Categorizzare le diverse definizioni nel tempo
- ◆ Valutare l'efficienza finanziaria
- ◆ Ottimizzare la gestione del capitale circolante
- ◆ Conoscere i diversi tipi di sistemi sanitari, come la sanità pubblica, privata/assicurativa privata e convenzionata
- ◆ Valutare le esigenze non soddisfatte del paziente e la gestione della cronicità
- ◆ Capire cos'è l'Accesso al Mercato e come nasce la necessità

di questa funzione nell'industria farmaceutica

- ◆ Conoscere la struttura, l'organizzazione e le funzioni del sistema sanitario
- ◆ Approfondire i passi da seguire per pianificare l'accesso al mercato di un nuovo farmaco
- ◆ Rivedere i punti da esaminare in una fase precedente allo sviluppo del piano di accesso per conoscere l'ambiente e i concorrenti
- ◆ Conoscere le capacità e l'etica del Coach
- ◆ Comprendere l'essenza del Coaching e il suo focus sull'apprendimento
- ◆ Acquisire conoscenze di base sui concetti fondamentali della leadership e la loro applicazione nell'industria farmaceutica
- ◆ Comprendere e categorizzare le teorie sulla leadership, esplorando il processo di leadership e i diversi stili e modelli esistenti
- ◆ Ottenere uno strumento efficace per raggiungere risultati
- ◆ Definire proposte di valore uniche e differenziate





Obiettivi specifici

Modulo 1. Marketing in Pharma Biotech

- ♦ Conoscere l'utilità della segmentazione del mercato e dei livelli di approssimazione
- ♦ Distinguere tra mercati di consumatori finali e segmentazione basata sulle caratteristiche
- ♦ Elaborare strategie di marketing in base alla segmentazione effettuata
- ♦ Conoscere l'importanza del pre-posizionamento per ottenere

vantaggio competitivo

- ♦ Sviluppare strategie di differenziazione e posizionamento per raggiungere obiettivi aziendali
- ♦ Comprendere la rilevanza delle informazioni e delle risorse nel settore commerciale
- ♦ Conoscere le fonti di informazioni e tecniche per le ricerche di mercato
- ♦ Utilizzare strumenti per la progettazione di sondaggi e analisi dei dati

Modulo 2. Il Business Plan nel Territorio

- ♦ Ottenere uno strumento efficace per raggiungere risultati
- ♦ Definire proposte di valore uniche e differenziate
- ♦ Fornire soluzioni reali ai tuoi clienti
- ♦ Stabilire obiettivi e come raggiungerli
- ♦ Ottenere tutte le informazioni necessarie per definire un piano
- ♦ Ottenere la crescita delle vendite
- ♦ Aprire nuovi mercati
- ♦ Capire come funziona il nostro mercato e fornire gli strumenti per affrontarlo
- ♦ Ricercare e soddisfare le esigenze dei clienti
- ♦ Valutare la concorrenza

Modulo 3. Direzione Strategica nell'Industria Farmaceutica e Biotecnologica

- ♦ Acquisire conoscenza della storia della direzione strategica
- ♦ Categorizzare le diverse definizioni nel tempo
- ♦ Approfondire i livelli di direzione strategica
- ♦ Comprendere i 6 tipi di generazione di valore in azienda, utilizzando esempi di settore
- ♦ Valutare le prestazioni in azienda
- ♦ Analizzare l'ambiente VUCA
- ♦ Applicare l'analisi PESTEL e l'analisi delle 5 Forze di Porter
- ♦ Effettuare l'analisi SWOT
- ♦ Eseguire un'analisi della catena del valore
- ♦ Analizzare le risorse e le competenze dell'azienda



Con questa qualifica, diventerai un esperto di analisi e indicatori di business nel digital marketing per Infermieristica"

03

Direzione del corso

Il programma dispone di un personale docente eccezionale che impartirà le lezioni da una prospettiva innovativa in termini accademici. Ciò garantirà che gli studenti acquisiscano conoscenze da esperti riconosciuti, con un ampio background nei settori dell'industria farmaceutica, della medicina e degli affari. In questo modo i partecipanti possono avere la certezza di ottenere un titolo di eccellenza e applicarlo al loro lavoro quotidiano.



“

Avrai il più prestigioso quadro di insegnamento e il programma più completo del mercato, con il quale imparerai tutto su segmentazione, posizionamento e targeting per l'industria Biotech"

Direzione



Dott. Cardenal Otero, César

- Dirigente Farmabiomedico presso Amgen
- Autore del libro "Comunicazione di marchio personale attraverso i social media da parte dei professionisti del settore sanitario"
- Laurea in Marketing presso l'Università Prifysgol Cymru del Galles
- Laurea distintiva nel Corso *Inspiring Leadership through Emotional Intelligence* presso Case Western Reserve University
- Post-laurea n Gestione e Salute dell'Industria Farmaceutica dell'Università Europea
- Master in amministrazione aziendale presso il Politecnico
- Specializzazione di Social Media Marketing da Università del *Northwestern*
- Esperto Universitario in Commerce e trasporto internazionale proveniente dall'Università della Cantabria
- Diploma di Laurea in Scienze Aziendali presso l'Università di Cantabria



Personale docente

Dott. Rojas Palacio, Fernando

- ◆ Fondatore e CEO di Navandu Technologies
- ◆ Fondatore della società di consulenza internazionale Brigital Health
- ◆ Esperto di big data e analisi dei social media del MIT
- ◆ Senior Business Management Program dal Business Institute e Chicago Booth School of Business
- ◆ MSc in Ingegneria di Telecomunicazione presso l'Università Politecnica di Madrid
- ◆ Professore associato a programmi accademici della sua specialità

Dott. Ribas Guardiá, Xavi

- ◆ Product Manager presso Amgen
- ◆ Farmacista in Pharma e Biotech
- ◆ Product Specialist presso Celgene
- ◆ Laureato in Farmacia all'Università di Barcellona
- ◆ Laureato in Gestione e Salute dell'Industria Farmaceutica all'Università Europea
- ◆ Corso Universitario in Amministrazione, Organizzazione e Gestione dei Servizi Sanitari presso l'Università Europea

Dott.ssa. Palau Rodríguez, Magalí

- ◆ Dottorato di ricerca in Farmacia, esperto in ricerca e sviluppo alimentare
- ◆ Ricercatrice in Nutrizione e Scienze degli Alimenti presso l'Università di Barcellona
- ◆ Coordinatrice del dipartimento Marketing per le campagne e il materiale didattico
- ◆ Esperta di Marketing Amgen presso l'Unità di Metabolismo Osseo
- ◆ Dottorato in Farmacia presso l'Università di Barcellona
- ◆ MBA in Industria Farmaceutica e Biotecnologie presso la Scuola di Talenti EPHOS
- ◆ Master in Ricerca e Sviluppo di Alimenti presso l'Università di Barcellona
- ◆ Laureata in Farmacia presso l'Università di Barcellona
- ◆ Istruttrice di salute e di manipolazione alimentare della Fundació Esplai Girona

04

Struttura e contenuti

Questo programma accademico ha compilato un contenuto esclusivo, in cui verranno esplorati in dettaglio i principi e le applicazioni del mercato in ambito farmaceutico, trattando dai fondamenti di base alle ultime correnti. Inoltre, ai partecipanti saranno fornite le competenze e le conoscenze essenziali per concepire e implementare strategie di vendita e marketing altamente efficaci in questo settore sempre più competitivo. Tutto questo sarà disponibile in una libreria virtuale a cui si potrà accedere in qualsiasi momento e luogo, semplicemente richiedendo un dispositivo elettronico connesso alla rete.





“

Il sistema Relearning caratteristico di questo programma ti permetterà di ricevere un insegnamento su misura per te"

Modulo 1. Marketing nel *Pharma Biotech*

- 1.1. Omnicanalità, impatti ed *engagement*
 - 1.2.1. Marketing d'impatto
 - 1.2.2. Canali generalisti e social network
 - 1.2.3. *Community Management*
 - 1.2.4. *E-detailing* e CRM nell'ambiente digitale
 - 1.2.5. Pubblicità programmatica
 - 1.2.6. Analisi e indicatori di business
- 1.2. Segmentazione, posizionamento e targeting
 - 1.2.1. Segmentazione
 - 1.2.2. La mappa del posizionamento
 - 1.2.3. Il Targeting
 - 1.2.4. Conclusione
- 1.3. Ricerche di Mercato
 - 1.3.1. Il Sistema di Marketing
 - 1.3.2. Raccolta di informazioni
 - 1.3.3. Processo di ricerca
 - 1.3.4. Conclusioni
- 1.4. Gestione del Brand e Neuromarketing
 - 1.4.1. Il Branding
 - 1.4.2. Tipi di Branding
 - 1.4.3. Il Neuromarketing e la sua applicazione nell'industria farmaceutica
 - 1.4.4. Conclusioni
- 1.5. Piano di Digital Marketing
 - 1.5.1. Integrare il Digital Marketing nella strategia di marketing globale
 - 1.5.2. Community Manager
 - 1.5.3. Piano di Digital Marketing
 - 1.5.4. Pubblico di riferimento
- 1.6. E-Commerce
 - 1.6.1. Il funnel di conversione
 - 1.6.2. Promozione dell'E-Commerce
 - 1.6.3. Parametri
 - 1.6.4. Piattaforme di e-commerce

- 1.7. Strategie digitali
 - 1.7.1. Strategie di comunicazione nei social media. Co-creazione di contenuti
 - 1.7.2. Content marketing e influencer
 - 1.7.3. Marketing digitale a supporto della leadership terapeutica
 - 1.7.4. Associazione dei pazienti
- 1.8. Progettazione dei programmi digitali
 - 1.8.1. Definizione degli obiettivi
 - 1.8.2. Programmi di sostegno alle strategie di marchio: *disease awareness, switching ed engagement*
 - 1.8.3. Marketing digitale e rete di vendita
 - 1.8.4. Target
- 1.9. Analisi dei dati e Intelligenza Artificiale
 - 1.9.1. Applicazioni Big Data nell'industria farmaceutica
 - 1.9.2. Strumenti di intelligenza artificiale come supporto diagnostico
 - 1.9.3. Strumenti di intelligenza artificiale per supportare la gestione del paziente
 - 1.9.4. Ultime novità
- 1.10. Altre tecnologie
 - 1.10.1. Registrazione elettronica e raccolta di informazioni
 - 1.10.2. Web 3 e nuove tendenze nell'economia dei token. Impatto dell'industria farmaceutica
 - 1.10.3. Realtà virtuale, aumentata e mista
 - 1.10.4. Metaverso

Modulo 2. Il Business Plan nel Territorio

- 2.1. Il business plan
 - 2.1.1. Che cos'è un business plan
 - 2.1.2. Scopo e obiettivi dei piani aziendali
 - 2.1.3. Perché è importante fare un Business Plan
 - 2.1.4. Quando dobbiamo fare un business plan

- 2.2. Contesto dell'industria farmaceutica
 - 2.2.1. Situazione strutturale dell'industria farmaceutica
 - 2.2.2. Persone e dipartimenti chiave nello sviluppo di un piano d'azione
 - 2.2.3. Direzione generale
 - 2.2.3.1. Direzione di Vendite
 - 2.2.3.2. Dipartimento di Marketing
 - 2.2.3.3. Dipartimento Medico
 - 2.2.3.4. Dipartimento finanziario
 - 2.2.3.5. Dipartimento Regolamentare
 - 2.2.4. Sfide attuali dell'industria farmaceutica
- 2.3. Fasi per definire un piano aziendale
 - 2.3.1. Definire gli obiettivi
 - 2.3.2. Descrizione del prodotto: attributi chiave
 - 2.3.3. Di quali informazioni ho bisogno per realizzare un piano
 - 2.3.4. Allineamento con la strategia
 - 2.3.5. *Definire i timings*
 - 2.3.6. *Definire le risorse*
 - 2.3.7. Definizione dei risultati
- 2.4. Piano commerciale e di marketing
 - 2.4.1. Risorse commerciali per stabilire un piano
 - 2.4.2. Scelta del piano in base al nostro obiettivo
 - 2.4.3. Strategia di Marketing: Allineamento
 - 2.4.4. Le risorse di marketing come leva
- 2.5. Analisi dei clienti
 - 2.5.1. Gestione delle relazioni con i clienti
 - 2.5.2. Identificare le esigenze dei clienti
 - 2.5.3. Comunicazione con i clienti
 - 2.5.4. Conclusioni
- 2.6. Analisi della concorrenza
 - 2.6.1. Segmentazione del mercato
 - 2.6.2. Analisi competitiva del tuo prodotto
 - 2.6.3. Strategie commerciali contro la concorrenza
 - 2.6.4. Piani di espansione
 - 2.6.5. Piani di difesa

- 2.7. Analisi economica del business plan
 - 2.7.1. Stima dei costi degli obiettivi
 - 2.7.2. Fonti e strategie di investimento
 - 2.7.3. Analisi dei rischi finanziari
 - 2.7.4. Valutazione del ritorno sull'investimento
- 2.8. Implementazione e monitoraggio del Business Plan
 - 2.8.1. Agenda del Business Plan
 - 2.8.2. Monitoraggio del processo e meccanismi di revisione in evoluzione
 - 2.8.3. KPI: indicatori oggettivi di risultato
 - 2.8.4. Conclusioni
- 2.9. Analisi Finale del Business Plan
 - 2.9.2. Rispetto delle scadenze
 - 2.9.3. Analisi dei risultati
 - 2.9.4. Analisi di bilancio
- 2.10. Piano di marketing *Pharma Biotech*
 - 2.10.1. Analisi di mercato
 - 2.10.2. Concorrenza
 - 2.10.3. Pubblico Target
 - 2.10.4. Posizionamento della marca

Modulo 3. Direzione Strategica nell'Industria Farmaceutica e Biotecnologica

- 3.1. Strategie di accesso al mercato
 - 3.1.1. Ricerche di Mercato
 - 3.1.2. Partner strategici
 - 3.1.3. Strategie più usate
 - 3.1.4. Monitoraggio e adattamento
- 3.2. La Direzione Strategica nell'Industria Farmaceutica
 - 3.2.1. I livelli di direzione strategica
 - 3.2.2. L'innovazione
 - 3.2.3. Il Portfolio
 - 3.2.4. Acquisizioni

- 3.3. La Creazione di Valore in Azienda
 - 3.3.1. I 6 tipi di generazione di valore in azienda
 - 3.3.2. Prestazioni nell'impresa
 - 3.3.3. Esempi del settore
 - 3.3.4. Conclusioni
- 3.4. L'ambiente dell'azienda Farmaceutica e Biotecnologica
 - 3.4.1. Ambiente VUCA
 - 3.4.2. Analisi del PESTEL
 - 3.4.3. Analisi delle 5 forze di Porter
 - 3.4.4. Analisi SWOT
- 3.5. Analisi interna
 - 3.5.1. Analisi della Catena di Valore
 - 3.5.2. Analisi delle risorse e delle competenze
 - 3.5.3. Analisi VRIO
 - 3.5.4. Conclusioni
- 3.6. Strategie dell'unità strategica di business
 - 3.6.1. L'unità strategica di business
 - 3.6.2. Il Vantaggio Competitivo
 - 3.6.3. Tipi di strategie in base al tuo vantaggio competitivo
 - 3.6.4. Conclusioni
- 3.7. Strategia aziendale e diversificazione
 - 3.7.1. Strategia aziendale
 - 3.7.2. Strategia nel portafoglio di business
 - 3.7.3. Strategie di crescita
 - 3.7.4. Strategie più usate
- 3.8. Strategie di internazionalizzazione
 - 3.8.1. Strategia internazionale di un'impresa
 - 3.8.2. La globalizzazione dell'economia
 - 3.8.3. Rischi connessi con l'Internazionalizzazione
 - 3.8.4. Benefici dell'Internazionalizzazione





- 3.9. Alleanze strategiche, acquisizioni e fusioni
 - 3.9.1. Strategia di crescita esterna vs crescita interna
 - 3.9.2. Partnership nel settore farmaceutico
 - 3.9.3. Fusioni del settore
 - 3.9.4. Acquisizioni del settore
- 3.10. Etica e Responsabilità Sociale d'Impresa
 - 3.10.1. Etica Aziendale
 - 3.10.2. Sostenibilità ambientale
 - 3.10.3. Responsabilità sociale
 - 3.10.4. Ecologia sostenibile

“

Potrai usufruire dei contenuti accademici più aggiornati del panorama formativo, disponibili in formati multimediali innovativi per ottimizzare i tuoi studi”

05

Metodologia

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

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



“

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

In TECH Nursing School applichiamo il Metodo Casistico

In una data situazione concreta, cosa dovrebbe fare un professionista? Durante il programma affronterai molteplici casi clinici simulati ma basati su pazienti reali, per risolvere i quali dovrai indagare, stabilire ipotesi e infine fornire una soluzione. Esistono molteplici prove scientifiche sull'efficacia del metodo. I professionisti imparano meglio, in modo più veloce e sostenibile nel tempo.

Con TECH l'infermiere sperimenta un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo.



Secondo il dottor Gervas, il caso clinico è una presentazione con osservazioni del paziente, o di un gruppo di pazienti, che diventa un "caso", un esempio o un modello che illustra qualche componente clinica particolare, sia per il suo potenziale didattico che per la sua singolarità o rarità. È essenziale che il caso sia radicato nella vita professionale attuale, cercando di ricreare le condizioni reali nella pratica professionale infermieristica.

“

Sapevi che questo metodo è stato sviluppato ad Harvard nel 1912 per gli studenti di Diritto? Il metodo casistico consisteva nel presentare agli studenti situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giustificare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard”

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. Gli studenti che seguono questo metodo non solo raggiungono l'assimilazione dei concetti, ma sviluppano anche la loro capacità mentale, attraverso esercizi che valutano situazioni reali e l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente incorporato nelle abilità pratiche che permettono al professionista in infermieristica di integrare al meglio le sue conoscenze in ambito ospedaliero o in assistenza primaria.
3. L'approccio a situazioni nate dalla realtà rende più facile ed efficace l'assimilazione delle idee e dei concetti.
4. La sensazione di efficienza degli sforzi compiuti diventa uno stimolo molto importante per gli studenti e si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.



Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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



L'infermiere imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate utilizzando software all'avanguardia per facilitare un apprendimento coinvolgente.

All'avanguardia della pedagogia mondiale, il metodo Relearning è riuscito a migliorare i livelli di soddisfazione generale dei professionisti che completano i propri studi, rispetto agli indicatori di qualità della migliore università online del mondo (Columbia University).

Mediante questa metodologia abbiamo formato più di 175.000 infermieri con un successo senza precedenti in tutte le specializzazioni indipendentemente dal carico pratico. La nostra metodologia pedagogica è stata sviluppata in un contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

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

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico.

Il punteggio complessivo del sistema di apprendimento di TECH è 8.01, secondo i più alti standard internazionali.



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



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati da specialisti che insegneranno nel programma universitario, appositamente per esso, in modo che lo sviluppo didattico sia realmente specifico e concreto.

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



Tecniche e procedure di infermieristica in video

TECH aggiorna lo studente sulle ultime tecniche, progressi educativi e all'avanguardia delle tecniche infermieristiche attuali. Il tutto in prima persona, con il massimo rigore, spiegato e dettagliato affinché tu lo possa assimilare e comprendere. E la cosa migliore è che puoi guardarli tutte le volte che vuoi.



Riepiloghi interattivi

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

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



Lecture complementari

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





Analisi di casi elaborati e condotti da esperti

Un apprendimento efficace deve necessariamente essere contestuale. Per questa ragione, TECH ti presenta il trattamento di alcuni casi reali in cui l'esperto ti guiderà attraverso lo sviluppo dell'attenzione e della risoluzione di diverse situazioni: un modo chiaro e diretto per raggiungere il massimo grado di comprensione.



Testing & Retesting

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



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi. Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Guide di consultazione veloce

TECH ti offre i contenuti più rilevanti del corso in formato schede o guide di consultazione veloce. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



06 Titolo

L'Esperto Universitario in Digital Marketing in Pharma Biotech per Infermieristica garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Global University.



“

*Porta a termine questo programma e ricevi
il tuo titolo universitario senza spostamenti
o fastidiose formalità”*

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Esperto Universitario in Digital Marketing in Pharma Biotech per Infermieristica** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University, è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra (**bollettino ufficiale**). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global University**, è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: **Esperto Universitario in Digital Marketing in Pharma Biotech per Infermieristica**

ECTS: **18**

N. Ore Ufficiali: **450 o.**



futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech global
university

Esperto Universitario
Digital Marketing in Pharma
Biotech per Infermieristica

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 18 crediti ECTS
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Digital Marketing in Pharma
Biotech per Infermieristica