

Universitätskurs

Marketing in Pharma-Biotech
für die Krankenpflege



Universitätskurs

Marketing in Pharma-Biotech für die Krankenpflege

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/krankenpflege/universitatskurs/marketing-pharma-biotech-krankenpflege

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 38

01

Präsentation

In jüngster Zeit spielt das Marketing eine entscheidende Rolle bei der Förderung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen im Gesundheitsbereich. Die Unternehmen im Pharma- und Biotechnologiesektor setzen kontinuierlich modernste Positionierungsmethoden ein, um sich in einem hart umkämpften und sich ständig weiterentwickelnden Markt zu behaupten. Aus diesem Grund muss die Pflegekraft bei der Entwicklung von Marketingstrategien und -techniken an vorderster Front stehen, um das Erreichen eines bestimmten Publikums zu optimieren. In diesem Zusammenhang hat TECH ein 100%iges Online-Programm entwickelt, das ein Höchstmaß an Flexibilität bietet und es den Studenten ermöglicht, ihre Fähigkeiten in diesen Bereichen zu verbessern, ohne ihre täglichen Pflichten aufgeben zu müssen.



“

Dank dieses Universitätskurses, den Ihnen nur TECH bieten kann, werden Sie Ihr Publikum beeinflussen und Ihre Ergebnisse in den sozialen Medien maximieren"

Bei der Markenpositionierung geht es darum, ein solides Image und einen guten Ruf für pharmazeutische und biotechnologische Produkte zu schaffen. Differenzierung ist der Schlüssel, denn sie ermöglicht es den Unternehmen, die einzigartigen Vorteile ihrer Produkte hervorzuheben und sich von anderen verfügbaren Alternativen abzuheben. Um dies zu erreichen, werden hochmoderne Marktanalysetechniken, die Identifizierung von Verbrauchersegmenten sowie Strategien zur Entwicklung klarer und wirksamer Botschaften und deren Verbreitung über geeignete Kommunikationskanäle eingesetzt. Pflegekräfte, die sich auf dem Gebiet des Marketings in der Pharma-Biotech-Branche profilieren wollen, müssen daher diese Instrumente kennen und in ihre tägliche Praxis einbeziehen.

Aus diesem Grund hat TECH diesen Studiengang entwickelt, mit dem sich Studenten an die Spitze des Marketings in der Pharmabranche setzen können. Während des 6-wöchigen Studiums erforschen die Studenten Strategien für die Erstellung und Verbreitung von Gesundheitsinhalten im Internet oder die Gestaltung von digitalen Marketingplänen, die an die Merkmale der Zielgruppe angepasst sind.

Da dieses Studium zu 100% online durchgeführt wird, haben sie die Möglichkeit, sich auf den neuesten Stand zu bringen, ohne sich an unbequeme, vorher festgelegte Zeitpläne halten zu müssen. Darüber hinaus werden sie von einer Vielzahl von Text- und Multimedia-Ressourcen profitieren, darunter Fachtexte und interaktive Zusammenfassungen. Außerdem kommt die *Relearning*-Methode zum Einsatz, die ein einzigartiges, effektives Lernen garantiert, das an das Lerntempo jedes Studenten angepasst ist.

Dieser **Universitätskurs in Marketing in Pharma-Biotech für die Krankenpflege** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten Eigenschaften sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Spezialisten für *Pharma-Biotech* vorgestellt werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Mit diesem 100%igen Online-Abschluss werden Sie Kampagnen erstellen, die in der pharmazeutischen Industrie eine nachhaltige Wirkung erzielen und Ihre Zielgruppe effektiv erreichen"

“

Dank TECH werden Sie Online-Gemeinschaften verwalten und Ihre Beziehung zu den Kunden in der Pharmaindustrie stärken"

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Entwickeln Sie Ihre Marketingfähigkeiten im Gesundheitswesen unter der Anleitung von Experten mit umfassender Berufserfahrung in diesem Bereich.

In nur 6 Wochen werden Sie Strategien umsetzen, mit denen Sie Ihre Zielgruppe auf die genaueste und effizienteste Weise erreichen.



02 Ziele

Das Ziel dieser Weiterbildung ist es, die Pflegekraft mit den aktuellsten Kenntnissen und Fähigkeiten auszustatten, die für das Marketing in der pharmazeutischen und biotechnologischen Industrie erforderlich sind. Auf diese Weise wird der Experte die Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen effektiv vermarkten, die Marke auf dem Markt positionieren und erfolgreiche Verkäufe sicherstellen.



“

Dank dieses Abschlusses kommen Sie in den Genuss der aktuellsten akademischen Inhalte in der Bildungsszene"



Allgemeine Ziele

- ♦ Erwerben von Wissen über die Geschichte des strategischen Managements
- ♦ Kategorisieren der verschiedenen Definitionen im Laufe der Zeit
- ♦ Bewerten der finanziellen Effizienz
- ♦ Optimieren der Verwaltung des Betriebskapitals
- ♦ Verstehen der verschiedenen Arten von Gesundheitssystemen, wie beispielsweise den öffentlichen, privaten (private Versicherungen) und der subventionierten Gesundheitsversorgung
- ♦ Beurteilen der unerfüllten Bedürfnisse der Patienten und des Managements chronischer Erkrankungen
- ♦ Verstehen, was Marktzugang ist und wie der Bedarf für diese Funktion in der pharmazeutischen Industrie entsteht
- ♦ Kennen der Struktur, Organisation und Funktionen des nationalen Gesundheitssystems
- ♦ Vertiefen der Schritte, die bei der Planung des Marktzugangs eines neuen Medikaments befolgt werden müssen
- ♦ Überprüfen der Punkte, die in einer Phase vor der Entwicklung des Zugangsplans analysiert werden sollten, um das Umfeld und die Wettbewerber zu verstehen
- ♦ Verstehen der Fähigkeiten und der ethischen Grundsätze des Coaches
- ♦ Verstehen des Wesens von Coaching und seiner Ausrichtung auf das Lernen
- ♦ Erwerben von Grundkenntnissen über die grundlegenden Konzepte der Führung und ihre Anwendung in der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Verstehen und Einordnen von Führungstheorien, Erforschen des Führungsprozesses und der verschiedenen existierenden Stile und Modelle
- ♦ Erreichen eines effektiven Instruments zur Erzielung von Ergebnissen
- ♦ Definieren von einzigartigen und differenzierten Wertangeboten





Spezifische Ziele

- Verstehen des Nutzens der Marktsegmentierung und der Annäherungsgrade
- Unterscheiden zwischen Endverbrauchermärkten und der Segmentierung anhand von Merkmalen
- Ausarbeiten von Marketingstrategien entsprechend der vorgenommenen Segmentierung
- Verstehen der Bedeutung der Vorpositionierung zur Erlangung eines Wettbewerbsvorteils
- Erarbeiten von Differenzierungs- und Positionierungsstrategien, um Unternehmensziele zu erreichen
- Verstehen der Bedeutung von Informationen und Ressourcen im kommerziellen Bereich
- Kennen der Informationsquellen und Techniken für Marktstudien
- Verwenden von Werkzeugen für die Gestaltung von Umfragen und die Datenanalyse

“

Bringen Sie sich auf den neuesten Stand mit einem Lehrplan, der von den besten Spezialisten im Bereich Pharma-Biotech entworfen und entwickelt wurde”

03

Kursleitung

Dieser Studiengang zeichnet sich durch einen hervorragenden Lehrkörper aus, der den Unterricht aus einer hochmodernen akademischen Perspektive gestaltet. So wird sichergestellt, dass die Studenten von renommierten Fachleuten, die über umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen Medizin, Pharmazie und Wirtschaft verfügen, fundiertes Wissen erhalten. Auf diese Weise erhalten die Pflegekräfte eine hochwertige Weiterbildung, die ihnen das nötige Rüstzeug vermittelt, um sich in der Welt des Gesundheitsmarketings weiterzuentwickeln.



“

Der Lehrkörper besteht aus Fachleuten mit umfassender Erfahrung in den Bereichen Pharmazie und Marketing im Gesundheitswesen"

Leitung



Hr. Cardenal Otero, César

- Pharmabiomedizinische Führungskraft bei Amgen
- Autor des Buches „Persönliche Markenkommunikation durch soziale Medien von Fachleuten im Gesundheitswesen“
- Hochschulabschluss in Marketing von der Prifysgol Cymru Universität, Wales
- Auszeichnung im Kurs *Inspiring Leadership through Emotional Intelligence* an der Case Western Reserve University
- Aufbaustudium in Management und Gesundheit in der pharmazeutischen Industrie an der Europäischen Universität
- Masterstudiengang in KMU-Management von der Polytechnischen Schule
- Spezialisierung in Social Media Marketing von der Universität Northwestern
- Universitätsexperte in Internationaler Handel und Transport von der Universität von Kantabrien
- Universitätskurs in Betriebswirtschaftslehre von der Universität von Kantabrien



Professoren

Hr. Rojas Palacio, Fernando

- ◆ Gründer und CEO von Navandu Technologies
- ◆ Gründer des internationalen Beratungsunternehmens Brigital Health
- ◆ Experte für Big Data und Analyse sozialer Netzwerke vom MIT
- ◆ *Senior Business Management Program* von der IE University und der Chicago Booth School of Business
- ◆ MSc in Telekommunikationstechnik von der Polytechnischen Universität von Madrid
- ◆ Außerordentlicher Professor in akademischen Programmen in seinem Fachgebiet

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“

04

Struktur und Inhalt

Dieser Abschluss behandelt wesentliche Aspekte wie Segmentierung und Markenpositionierung sowie die Bedeutung der Marktforschung. Dadurch wird ein Einblick in die Prinzipien und Anwendungen des Marketings in der pharmazeutischen und biotechnologischen Industrie vermittelt. Und das alles im Rahmen eines 100%igen Online-Unterrichts, der den Pflegekräften die nötige Flexibilität im täglichen Leben bietet, da sie 24 Stunden am Tag ohne zeitliche Einschränkungen auf die Inhalte zugreifen können"





“

*Bilden Sie sich in Ihrem eigenen
Lerntempo dank des revolutionären
Relearning-Systems weiter, das nur
TECH bietet"*

Modul 1. Marketing in Pharma-Biotech

- 1.1. Omnichannel, Auswirkungen und *Engagement*
 - 1.1.1. Marketing mit Wirkung
 - 1.1.2. Generalistische Kanäle und soziale Netzwerke
 - 1.1.3. *Community Management*
 - 1.1.4. *E-Detailing* und CRM in der digitalen Umgebung
 - 1.1.5. Programmativische Werbung
 - 1.1.6. Analytik und Geschäftsindikatoren
- 1.2. Segmentierung, Positionierung und Targeting
 - 1.2.1. Segmentierung
 - 1.2.2. Die Karte der Positionierung
 - 1.2.3. Das Targeting
 - 1.2.4. Schlussfolgerung
- 1.3. Marktforschung
 - 1.3.1. Das Marketingsystem
 - 1.3.2. Das Sammeln von Informationen
 - 1.3.3. Der Forschungsprozess
 - 1.3.4. Schlussfolgerungen
- 1.4. Markenmanagement und Neuromarketing
 - 1.4.1. Das Branding
 - 1.4.2. Arten von Branding
 - 1.4.3. Neuromarketing und seine Anwendung in der pharmazeutischen Industrie
 - 1.4.4. Schlussfolgerungen
- 1.5. Der digitale Marketingplan
 - 1.5.1. Die Integration des digitalen Marketings in die allgemeine Marketingstrategie
 - 1.5.2. Der Community Manager
 - 1.5.3. Der digitale Marketingplan
 - 1.5.4. Zielpublikum
- 1.6. E-Commerce
 - 1.6.1. Der Bekehrungstrichter
 - 1.6.2. E-Commerce-Werbung
 - 1.6.3. Metriken
 - 1.6.4. E-Commerce-Plattformen





- 1.7. Digitale Strategien
 - 1.7.1. Kommunikationsstrategien für Social Media. Ko-Kreation von Inhalten
 - 1.7.2. Content Marketing und Influencer
 - 1.7.3. Digitales Marketing als Unterstützung für die Führung des Therapiebereichs
 - 1.7.4. Partnerschaften mit Patienten
- 1.8. Gestaltung von digitalen Programmen
 - 1.8.1. Definition der Ziele
 - 1.8.2. Programme zur Unterstützung von Markenstrategien: *Disease Awareness*, *Switching* und *Engagement*
 - 1.8.3. Digitales Marketing und das Vertriebsnetz
 - 1.8.4. Ziel
- 1.9. Datenanalytik und künstliche Intelligenz
 - 1.9.1. Anwendungen von Big Data in der Pharmaindustrie
 - 1.9.2. Tools der künstlichen Intelligenz zur Unterstützung der Diagnose
 - 1.9.3. Werkzeuge der künstlichen Intelligenz zur Unterstützung des Patientenmanagements
 - 1.9.4. Neueste Entwicklungen
- 1.10. Andere Technologien
 - 1.10.1. Elektronische Register und Datenerfassung
 - 1.10.2. Web 3 und neue Trends in der Token-Wirtschaft. Auswirkungen auf die Pharmaindustrie
 - 1.10.3. Virtuelle, erweiterte und gemischte Realität
 - 1.10.4. Metaversum

“ *Spezielle Lektüre und eine ganze Reihe von Multimedia-Ressourcen helfen Ihnen, eine starke Marke aufzubauen und zu verwalten, indem Sie Neuromarketing-Techniken anwenden*”

05 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

An der TECH Nursing School wenden wir die Fallmethode an

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten klinischen Fällen konfrontiert, die auf realen Patienten basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode. Die Pflegekräfte lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

Mit TECH erleben die Krankenpflegekräfte eine Art des Lernens, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt.



Nach Dr. Gérvas ist der klinische Fall die kommentierte Darstellung eines Patienten oder einer Gruppe von Patienten, die zu einem "Fall" wird, einem Beispiel oder Modell, das eine besondere klinische Komponente veranschaulicht, sei es wegen seiner Lehrkraft oder wegen seiner Einzigartigkeit oder Seltenheit. Es ist wichtig, dass der Fall auf dem aktuellen Berufsleben basiert und versucht, die tatsächlichen Bedingungen in der beruflichen Pflegepraxis nachzustellen.

“

Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Pflegekräfte, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen ist fest in praktische Fertigkeiten eingebettet die es den Pflegekräften ermöglichen, ihr Wissen im Krankenhaus oder in der Primärversorgung besser zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Die Pflegekraft lernt anhand realer Fälle und der Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.



Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methode wurden mehr als 175.000 Krankenpflegekräfte mit beispiellosem Erfolg in allen Fachbereichen fortgebildet, unabhängig von der praktischen Belastung. Unsere Lehrmethodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft, die ein hohes sozioökonomisches Profil und ein Durchschnittsalter von 43,5 Jahren aufweist.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert.

Die Gesamtnote des TECH-Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die das Hochschulprogramm unterrichten werden, speziell für dieses Programm erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Pflegetechniken und -verfahren auf Video

TECH bringt dem Studenten die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die aktuellsten Pflegetechniken näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Präzision, erklärt und detailliert, um zur Assimilation und zum Verständnis des Studenten beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie sie so oft anschauen können, wie Sie wollen.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

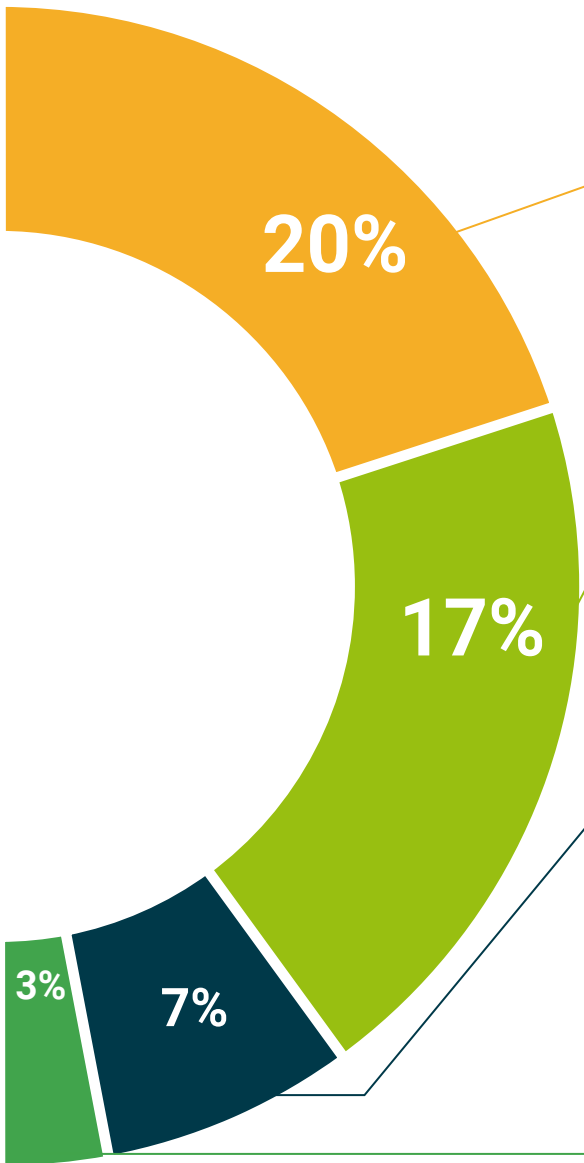
Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Von Experten entwickelte und geleitete Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Aus diesem Grund stellt TECH die Entwicklung von realen Fällen vor, in denen der Experte den Studenten durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung verschiedener Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um den höchsten Grad an Verständnis zu erreichen.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen regelmäßig bewertet und neu bewertet. Auf diese Weise kann der Student sehen, wie er seine Ziele erreicht.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Kurzanleitungen zum Vorgehen

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Marketing in Pharma-Biotech für die Krankenpflege garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren
Universitätsabschluss ohne lästige Reisen
oder Formalitäten”*

Dieser **Universitätskurs in Marketing in Pharma-Biotech für die Krankenpflege** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätskurs in Marketing in Pharma-Biotech für die Krankenpflege**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovationen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Marketing in Pharma-Biotech
für die Krankenpflege

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Marketing in Pharma-Biotech
für die Krankenpflege