

Curso de Especialização

Marketing Digital
em Pharma Biotech





Curso de Especialização Marketing Digital em Pharma Biotech

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/medicina/curso-especializacao/curso-especializacao-marketing-digital-pharma-biotech

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 16

05

Metodologia do estudo

pág. 22

06

Certificação

pág. 32

01

Apresentação

O Marketing Digital no âmbito do setor farmacêutico e biotecnológico tornou-se uma ferramenta essencial para as empresas desta indústria. Assim, as estratégias de marketing online são indispensáveis para dar a conhecer novos produtos e serviços aos potenciais consumidores. É por esta razão que os médicos devem manter-se atualizados num domínio vital e cada vez mais desenvolvido no setor *Pharma Biotech*. Em resposta a esta necessidade, a TECH desenvolveu esta especialização, que fornece ao especialista de investigação de clientes e de posicionamento de marcas na Internet. Além disso, esta experiência académica é 100% online, pelo que não é obrigado a abandonar as suas tarefas pessoais e profissionais quotidianas.



“

*Adquira as melhores técnicas para
melhorar a imagem de marca de
uma empresa Pharma Biotech”*

O Marketing Digital em Pharma Biotech é de vital importância devido à sua capacidade de alcançar de forma rápida, precisa e personalizada um público-alvo específico. Isto permite às empresas biofarmacêuticas aumentar a sua visibilidade, fortalecer a sua marca e promover os seus produtos de maneira eficiente num ambiente altamente competitivo. Além disso, oferece diversas ferramentas e estratégias que possibilitam a análise de dados e o acompanhamento do desempenho das campanhas, facilitando a tomada de decisões baseadas em resultados tangíveis. Por conseguinte, o médico que deseje contribuir para o sucesso de uma empresa *Pharma Biotech* está na obrigação de possuir conhecimentos atualizados neste campo.

Face a tal situação, a TECH centrou os seus esforços em criar esta especialização, através da qual o aluno completará uma excelente atualização em Marketing Digital aplicável à indústria biofarmacêutica. Durante 6 meses de estudo intensivo, aprofundará as estratégias atualizadas de segmentação de audiências ou os métodos para desenhar um plano de marketing na internet. Da mesma forma, explorará os procedimentos necessários para desenvolver um *Business Plan*.

Graças ao facto de este Curso de Especialização ser ministrado em formato 100% online, o médico poderá completar a sua atualização sem a necessidade de realizar deslocações incómodas até um centro de estudo. Além disso, usufruirá de uma ampla biblioteca virtual de recursos educativos, como leituras especializadas, resumos interativos ou vídeos explicativos. Desta forma, poderá escolher os formatos que melhor se adaptem às suas preferências académicas.

Este **Curso de Especialização de Marketing Digital em Pharma Biotech** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas em *Pharma Biotech*
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos com os quais o curso foi concebido reúnem informação científica e prática sobre as disciplinas indispensáveis para o exercício profissional
- ♦ Os exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser efetuado a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial em metodologias inovadoras
- ♦ As aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet



Desfrute de uma experiência académica concebida por excelentes especialistas na área da Pharma Biotech

“

Conheça as mais recentes técnicas de segmentação de audiências para otimizar a sua estratégia de Marketing Digital”

O corpo docente do programa inclui profissionais do setor que trazem para esta formação a experiência do seu trabalho, bem como especialistas reconhecidos de sociedades de referência e de universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, elaborado com a última tecnologia educativa, permitirá ao profissional um aprendizado situado e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma capacitação imersiva programada para se treinar em situações reais.

O design deste curso foca-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do curso. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

Em somente 6 meses, poderá desenvolver um Plano de Marketing Pharma Biotech e verá o seu impacto na indústria farmacêutica e biotecnológica.

A metodologia Relearning da TECH permitir-lhe-á usufruir dos conteúdos didáticos de acordo com o seu próprio ritmo de estudo, de modo a otimizar o seu processo de atualização.



02

Objetivos

Este Curso de Especialização tem por objetivo fornecer aos médicos os conhecimentos mais atualizados no domínio do Marketing Digital em Pharma Biotech. Além disso, esta aprendizagem será realizada através de materiais didáticos multimédia inovadores em formatos como o vídeo ou o resumo interativo, garantindo um estudo dinâmico e eficaz.





“

*Uma especialização que ajudar-
lhe-á a criar valor na sua empresa e
a maximizar o seu desempenho no
competitivo mercado farmacêutico”*



Objetivos gerais

- ♦ Adquirir conhecimento sobre a história da Direção estratégica
- ♦ Categorizar as diferentes definições ao longo do tempo
- ♦ Avaliar a eficiência financeira
- ♦ Otimizar a gestão do capital de trabalho
- ♦ Conhecer os diferentes tipos de sistemas de saúde, como a saúde pública, privada/seguros privados e concertada
- ♦ Avaliar as necessidades não satisfeitas dos pacientes e a gestão da cronicidade
- ♦ Compreender o que é o Acesso ao Mercado e como surge a necessidade dessa função na indústria farmacêutica
- ♦ Conhecer a estrutura, organização e funções do Sistema Nacional de Saúde
- ♦ Aprofundar os passos a seguir para planificar o acesso ao mercado de um novo medicamento
- ♦ Rever os pontos que devem ser analisados numa fase prévia ao desenvolvimento do plano de acesso, para conhecer o ambiente e os concorrentes
- ♦ Conhecer as capacidades e a ética do Coach
- ♦ Compreender a essência do Coaching e seu enfoque no aprendizado
- ♦ Adquirir conhecimentos básicos sobre os conceitos fundamentais da liderança e a sua aplicação na indústria farmacêutica
- ♦ Compreender e categorizar as teorias sobre a liderança, explorando o processo de liderança e os diferentes estilos e modelos existentes
- ♦ Conseguir uma ferramenta eficaz para a obtenção de resultados
- ♦ Definir propostas de valor únicas e diferenciadas





Objetivos específicos

Módulo 1. Marketing em Pharma Biotech

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

Módulo 2. O Business Plan no Território

- ♦ Conseguir uma ferramenta eficaz para a obtenção de resultados
- ♦ Definir propostas de valor únicas e diferenciadas
- ♦ Oferecer soluções reais aos seus clientes
- ♦ Estabelecer objetivos e como alcançá-los
- ♦ Obter toda a informação necessária para definir um plano
- ♦ Alcançar crescimento nas vendas
- ♦ Abrir novos mercados
- ♦ Compreender como funciona o nosso mercado e dar ferramentas para enfrentá-lo
- ♦ Investigar e satisfazer as necessidades dos clientes
- ♦ Avaliar a concorrência

Módulo 3. Gestão Estratégica na Indústria Farmacêutica e Biotecnológica

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



Definirá as estratégias de entrada no mercado e as chaves para estabelecer alianças estratégicas bem sucedidas no ambiente digital”

03

Direção do curso

Este Curso de Especialização é gerido e ministrado por excelentes especialistas com uma vasta experiência no sector *Pharma Biotech*, que aplicarão todos os seus conhecimentos nos materiais didáticos do percurso. Por conseguinte, todas as competências que irão adquirir os alunos no decurso desta especialização terão grande aplicabilidade na prática, o que garante a elevada qualidade educativa do plano de estudos.



“

Este corpo docente é composto por profissionais que ocuparam vários cargos de prestígio na indústria Pharma Biotech”

Direção



Sr. César Cardenal Otero

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

Professores

Sr. Fernando Rojas Palacio

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

Sra. Verónica Usó Moragues

- ♦ Assistente de *Inflammation Marketing* na Amgen
- ♦ Assistente de Auditorias e Sistemas de Qualidade na Grifols S.A
- ♦ Mestrado MBA e Liderança na Indústria Farmacêutica e Biotecnológica pela Talento Ephos
- ♦ Mestrado em Bioinformática e Bioestatística pelo Centro Europeu de Mestrados e Pós-graduações
- ♦ Licenciatura em Química pela Universitat de Barcelona



Dra. Magalí Palau Rodríguez

- ♦ Doutoramento em Farmácia, especialista em Investigação e Desenvolvimento de Alimentos
- ♦ Investigadora em Nutrição e Ciência dos Alimentos pela Universidade de Barcelona
- ♦ Coordenadora do departamento de Marketing em campanhas e material educativo
- ♦ Especialista em Marketing Amgen na Unidade de Metabolismo Óseo
- ♦ Doutoramento em Farmácia pela Universidade de Barcelona
- ♦ MBA em Indústrias Farmacêuticas e Biotecnológicas pela Escola Talento EPHOS
- ♦ Mestrado em Investigação e Desenvolvimento de Alimentos pela Universidade de Barcelona
- ♦ Licenciatura em Farmácia pela Universidade de Barcelona
- ♦ Instrutora em Saúde e Manipulador de Alimentos pela Fundação Esplai Girona

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos desenvolvimentos neste domínio para aplicá-los à sua prática quotidiana"

04

Estrutura e conteúdo

Este programa reuniu um conteúdo exclusivo, onde se explorarão em profundidade os fundamentos e as aplicações do Marketing no âmbito farmacêutico, abrangendo desde os conceitos básicos até as últimas tendências. Além disso, serão proporcionadas aos alunos as habilidades e os conhecimentos indispensáveis para desenhar e implementar estratégias de marketing altamente eficazes nesta indústria tão competitiva. Tudo isto, de forma 100% online e sem necessidade de sair de casa.



“

Desfrute da metodologia educativa mais inovadora do panorama académico e atualize-se de forma sólida”

Módulo 1. Marketing em Pharma Biotech

- 1.1. Omnicanalidade, impactos e *engagement*
 - 1.1.1. Marketing de impacto
 - 1.1.2. Canais generalistas e redes sociais
 - 1.1.3. Community Management
 - 1.1.4. *E-detailing* e CRM no ambiente digital
 - 1.1.5. Publicidade programática
 - 1.1.6. Análise e indicadores de negócio
- 1.2. A Segmentação, o posicionamento e o targeting
 - 1.2.1. A Segmentação
 - 1.2.2. O mapa de posicionamento
 - 1.2.3. O Targeting
 - 1.2.4. Conclusão
- 1.3. Investigação de Mercados
 - 1.3.1. O Sistema de Marketing
 - 1.3.2. A Obtenção de Informação
 - 1.3.3. O Processo de Investigação
 - 1.3.4. Conclusões
- 1.4. A Gestão da Marca e Neuromarketing
 - 1.4.1. O Branding
 - 1.4.2. Tipos de Branding
 - 1.4.3. O Neuromarketing e sua aplicação na Indústria Farmacêutica
 - 1.4.4. Conclusões
- 1.5. O Plano de Marketing Digital
 - 1.5.1. Integrar o Marketing Digital na Estratégia Global de Marketing
 - 1.5.2. O Community Manager
 - 1.5.3. O Plano de Marketing Digital
 - 1.5.4. Público-alvo



- 1.6. O E-Commerce
 - 1.6.1. O funil de conversão
 - 1.6.2. Promoção do E-Commerce
 - 1.6.3. Métricas
 - 1.6.4. Plataformas de comércio eletrônico
- 1.7. Estratégias digitais
 - 1.7.1. Estratégias de comunicação em social media. Co-criação de conteúdos
 - 1.7.2. Marketing de conteúdos e influenciadores
 - 1.7.3. Marketing digital para apoiar a liderança da área terapêutica
 - 1.7.4. Associação de pacientes
- 1.8. Design de programas digitais
 - 1.8.1. Definição de objetivos
 - 1.8.2. Programas de apoio às estratégias de marca: *disease awareness, switching e engagement*
 - 1.8.3. O marketing digital e a rede de vendas
 - 1.8.4. Target
- 1.9. Análise de dados e Inteligência Artificial
 - 1.9.1. Aplicações de big data na indústria farmacêutica
 - 1.9.2. Ferramentas de inteligência artificial como suporte ao diagnóstico
 - 1.9.3. Ferramentas de inteligência artificial como suporte à gestão do paciente
 - 1.9.4. Últimas novidades
- 1.10. Outras tecnologias
 - 1.10.1. Registros eletrônicos e coleta de Informação
 - 1.10.2. Web 3 e novas tendências na economia do token. Impacto na indústria farmacêutica
 - 1.10.3. Realidade virtual, aumentada e mista
 - 1.10.4. Metaverso

Módulo 2. O Business Plan no Território

- 2.1. Os planos de negócio
 - 2.1.1. O que é um plano de negócio
 - 2.1.2. Propósito e objetivos dos planos de negócio
 - 2.1.3. Por que é importante fazer um plano de negócio
 - 2.1.4. Quando devemos fazer um plano de negócio
- 2.2. Contexto da indústria farmacêutica
 - 2.2.1. Situação estrutural da indústria farmacêutica
 - 2.2.2. Pessoas e departamentos chave no desenvolvimento de um plano de ação:
 - 2.2.3. Gestão-Geral
 - 2.2.3.1. Direção de Vendas
 - 2.2.3.2. Departamento de Marketing
 - 2.2.3.3. Departamento Médico
 - 2.2.3.4. Departamento Financeiro
 - 2.2.3.5. Departamento Regulatório
 - 2.2.4. Desafios atuais da indústria farmacêutica
- 2.3. Etapas para definir um plano de negócio
 - 2.3.1. Definir objetivo
 - 2.3.2. Descrição do produto: atributos chave
 - 2.3.3. Que informação preciso para realizar um plano
 - 2.3.4. Alinhamento com a estratégia
 - 2.3.5. Definir *timings*
 - 2.3.6. Definir recursos
 - 2.3.7. Estabelecer resultados
- 2.4. Plano comercial e de marketing
 - 2.4.1. Recursos comerciais para estabelecer um plano
 - 2.4.2. Escolha do plano em função do nosso objetivo
 - 2.4.3. Estratégia de marketing: alinhamento
 - 2.4.4. Recursos de marketing como alavanca
- 2.5. Análise dos clientes
 - 2.5.1. Gestão das relações com clientes
 - 2.5.2. Identificar necessidades de clientes
 - 2.5.3. Comunicação com clientes
 - 2.5.4. Conclusões
- 2.6. Análise da concorrência
 - 2.6.1. Segmentação de mercado
 - 2.6.2. Análise competitiva do seu produto
 - 2.6.3. Estratégias comerciais frente à concorrência
 - 2.6.4. Planos de expansão
 - 2.6.5. Planos de defesa
- 2.7. Análise económica do plano de negócio
 - 2.7.1. Estimativa de custos e de objetivos
 - 2.7.2. Fontes e estratégias de investimento
 - 2.7.3. Análise de riscos financeiros
 - 2.7.4. Avaliação do retorno do investimento
- 2.8. Implementação e acompanhamento do plano de negócio
 - 2.8.1. Agenda do plano de negócio
 - 2.8.2. Monitorização do processo e mecanismos de revisão segundo a evolução
 - 2.8.3. KPI: indicadores objetivos de resultados
 - 2.8.4. Conclusões
- 2.9. Análise final do plano de negócio
 - 2.9.1. Cumprimento de prazos
 - 2.9.2. Análise dos resultados
 - 2.9.3. Análise orçamental
- 2.10. Plano de marketing pharma biotech
 - 2.10.1. Análise de mercado
 - 2.10.2. Concorrência
 - 2.10.3. Público-alvo
 - 2.10.4. Posicionamento da marca

Módulo 3. Gestão Estratégica na Indústria Farmacêutica e Biotecnológica

- 3.1. Estratégias de entrada ao mercado
 - 3.1.1. Investigação de mercado
 - 3.1.2. Parceiros estratégicos
 - 3.1.3. Estratégias mais utilizadas
 - 3.1.4. Monitorização e adaptação
- 3.2. Direção Estratégica na Empresa Farmacêutica
 - 3.2.1. Os níveis de direção estratégica
 - 3.2.2. Inovação
 - 3.2.3. Portefólio
 - 3.2.4. Aquisições
- 3.3. A Criação de Valor na Empresa
 - 3.3.1. Os 6 tipos de geração de valor na empresa
 - 3.3.2. Desempenho na empresa
 - 3.3.3. Exemplos do setor
 - 3.3.4. Conclusões
- 3.4. O Ambiente da Empresa Farmacêutica e Biotecnológica
 - 3.4.1. O Ambiente VUCA
 - 3.4.2. Análise PESTEL
 - 3.4.3. Análise das 5 Forças de Porter
 - 3.4.4. Análise SWOT
- 3.5. A Análise Interna
 - 3.5.1. Análise da Cadeia de Valor
 - 3.5.2. Análise dos Recursos e Competências
 - 3.5.3. Análise VRIO
 - 3.5.4. Conclusões
- 3.6. Estratégias da Unidade Estratégica de Negócio
 - 3.6.1. A Unidade Estratégica de Negócio
 - 3.6.2. A Vantagem Competitiva
 - 3.6.3. Tipos de Estratégias Segundo a sua Vantagem Competitiva
 - 3.6.4. Conclusões

- 3.7. Estratégia Corporativa e Diversificação
 - 3.7.1. Estratégia Empresarial
 - 3.7.2. Estratégia na Carteira de Negócios
 - 3.7.3. Estratégia de Crescimento
 - 3.7.4. Estratégias mais utilizadas
- 3.8. Estratégia de Internacionalização
 - 3.8.1. Estratégia Internacional de uma Empresa
 - 3.8.2. A Globalização da Economia
 - 3.8.3. Riscos da Internacionalização
 - 3.8.4. Benefícios da Internacionalização
- 3.9. Alianças Estratégicas, Absorções e Fusões
 - 3.9.1. Estratégia de Crescimento Externo vs Crescimento Interno
 - 3.9.2. Alianças na Indústria Farmacêutica
 - 3.9.3. Fusões do Setor
 - 3.9.4. Aquisições do setor
- 3.10. Ética e Responsabilidade Social Corporativa
 - 3.10.1. Ética Empresarial
 - 3.10.2. Sustentabilidade Ambiental
 - 3.10.3. Responsabilidade social
 - 3.10.4. Ecologia sustentável



Com a TECH, realizará uma análise económica do plano de negócios e identificará os aspetos-chave que conduzirão a sua empresa ao sucesso”

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

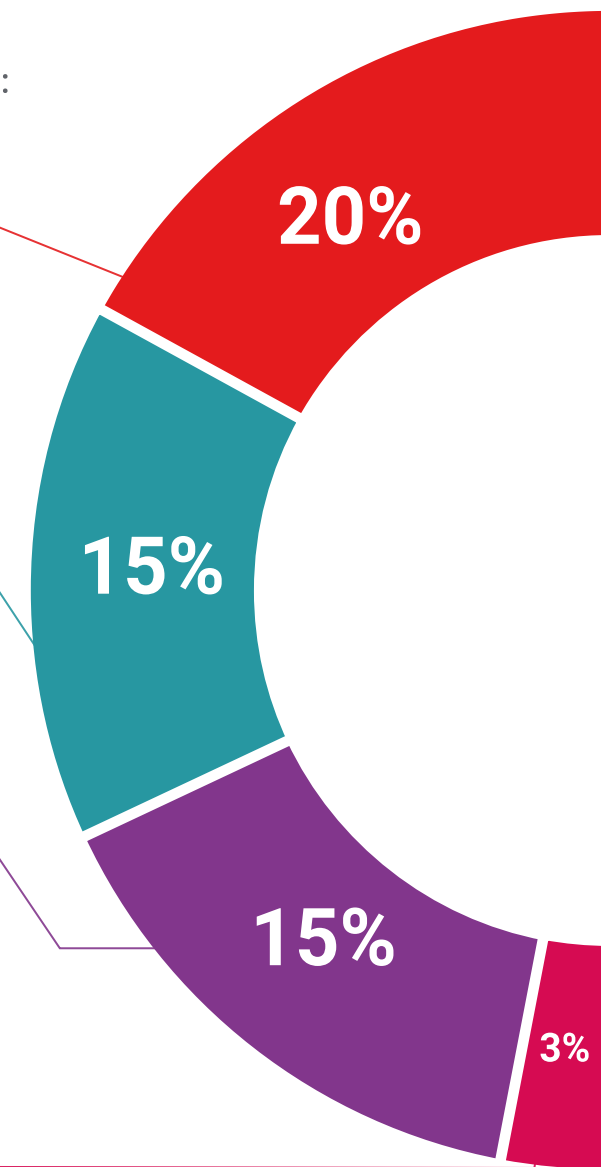
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

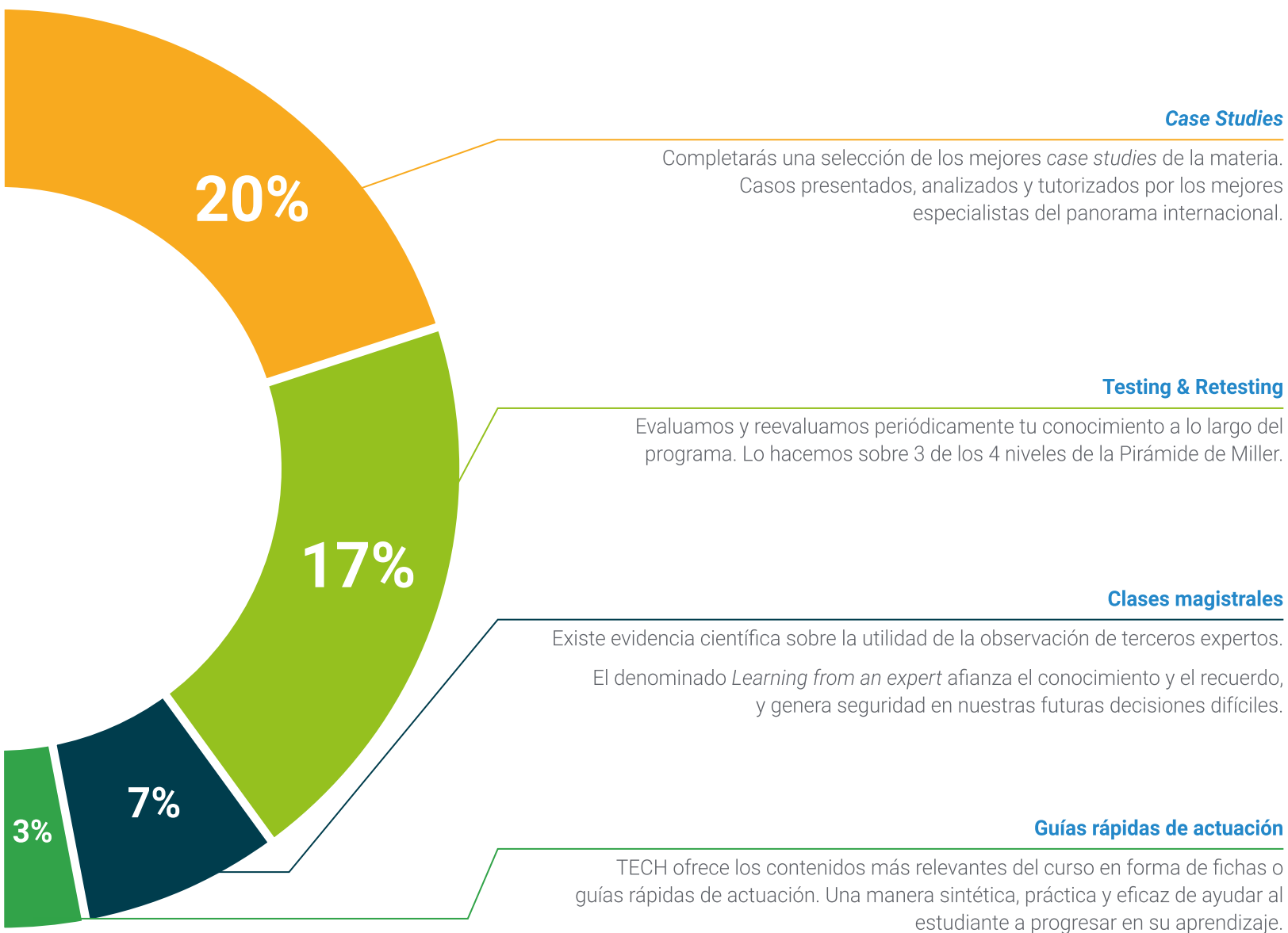
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





06

Certificação

O Curso de Especialização de Marketing Digital em Pharma Biotech garante, além da formação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um certificado de Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Curso de Especialização de Marketing Digital em Pharma Biotech** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Curso de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para a sua capacitação universitária, sendo 100% válido e atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Título: **Curso de Especialização de Marketing Digital em Pharma Biotech**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



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

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



Curso de Especialização Marketing Digital em Pharma Biotech

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Marketing Digital
em Pharma Biotech

