

Programa Avançado

Marketing Digital em Pharma Biotech



tech universidade
tecnológica



Programa Avançado Marketing Digital em Pharma Biotech

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

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/medicina/programa-avancado/programa-avancado-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

pág. 22

06

Certificado

pág. 30

01

Apresentação

O marketing digital na área farmacêutica e de biotecnologia se tornou uma ferramenta essencial para as empresas desse setor. Portanto, as estratégias de marketing online são indispensáveis para tornar novos produtos e serviços conhecidos pelos consumidores em potencial. É por esse motivo que os médicos devem se manter atualizados em um campo essencial e cada vez mais desenvolvido no setor *Pharma Biotech*. Em resposta a essa necessidade, a TECH desenvolveu este programa, que fornece ao especialista técnicas avançadas para pesquisa de clientes e posicionamento de marcas na Internet. Além disso, essa experiência acadêmica é 100% online, portanto, o aluno não está condicionado a abandonar suas tarefas pessoais e profissionais.



“

Adquira as melhores técnicas para aprimorar a imagem da marca de uma empresa de Pharma Biotech”

O marketing digital em Pharma Biotech é fundamental devido à sua capacidade de atingir um público-alvo específico com rapidez, precisão e de forma personalizada. Isso permite que as empresas biofarmacêuticas aumentem sua visibilidade, fortaleçam sua marca e promovam seus produtos de forma eficiente em um ambiente altamente competitivo. Além disso, oferece uma variedade de ferramentas e estratégias que permitem a análise de dados e o acompanhamento do desempenho da campanha, facilitando a tomada de decisões com base em resultados tangíveis. Portanto, o médico que deseja contribuir para o sucesso de uma empresa *Pharma Biotech* precisa ter conhecimentos atualizados nessa área.

Diante dessa situação, a TECH concentrou seus esforços na criação desse Curso, por meio do qual o aluno concluirá uma excelente atualização em Marketing Digital aplicável ao setor biofarmacêutico. Durante 6 meses de estudo intensivo, o aluno se aprofundará em estratégias de segmentação de público-alvo atualizadas ou em métodos para elaborar um plano de marketing online. Ele também se aprofundará nos procedimentos necessários para desenvolver um *Business Plan*.

E, pelo fato deste Programa Avançado ser ministrado em um formato 100% online, o médico poderá concluir sua atualização sem a necessidade de se deslocar para um centro de estudos. Além disso, se beneficiará de uma extensa biblioteca virtual de recursos educacionais, como leituras especializadas, resumos interativos e vídeos explicativos. Dessa forma, poderá escolher os formatos que melhor se adequam às suas preferências acadêmicas.

Este **Programa Avançado de Marketing Digital em Pharma Biotech** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de estudos de caso apresentados por especialistas em *Pharma Biotech*
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- ♦ 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



Desfrute de uma experiência acadêmica desenvolvida por excelentes especialistas na área de Pharma Biotech"

“

Conheça as mais recentes técnicas de segmentação de público para otimizar sua estratégia de marketing digital”

A equipe de professores deste programa inclui profissionais desta área, cuja experiência é somada a esta capacitação, além de reconhecidos especialistas de conceituadas sociedades científicas 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, onde 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.

Em apenas 6 meses, você poderá desenvolver um Plano de Marketing Pharma Biotech e verá seu impacto no setor farmacêutico e de biotecnologia.

A metodologia Relearning da TECH permitirá que você aproveite os conteúdos didáticos de acordo com seu próprio ritmo de estudo, a fim de otimizar seu processo de atualização.



02

Objetivos

O objetivo deste Programa Avançado é fornecer aos médicos os conhecimentos mais atualizados na área de Marketing Digital em Pharma Biotech. Além disso, esse aprendizado será realizado por meio de materiais didáticos multimídia inovadores em formatos como vídeo ou resumo interativo, garantindo um estudo dinâmico e eficaz.





“

Uma capacitação que lhe ajudará a criar valor em sua empresa e a maximizar seu desempenho no competitivo mercado farmacêutico”



Objetivos gerais

- ♦ Adquirir conhecimento sobre a história da Gestão 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 saúde pública, privada/seguros privados e concertada
- ♦ Avaliar as necessidades não atendidas do paciente 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 nos passos necessários para planejar o acesso ao mercado de um novo medicamento
- ♦ Revisar os pontos que devem ser analisados em uma fase preliminar ao desenvolvimento do plano de acesso para entender o ambiente e os concorrentes
- ♦ Conhecer as capacidades e ética do Coach
- ♦ Compreender a essência do Coaching e seu foco na aprendizagem
- ♦ Adquirir conhecimentos básicos sobre os conceitos fundamentais de liderança e sua aplicação na indústria farmacêutica
- ♦ Compreender e categorizar as teorias sobre liderança, explorando o processo de liderança e os diferentes estilos e modelos existentes
- ♦ Obter uma ferramenta eficaz para alcançar 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 abordagem
- ♦ Diferenciar entre mercados de consumidores finais e segmentação baseada em características
- ♦ Elaborar estratégias de marketing de acordo com a segmentação realizada
- ♦ Compreender 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 recursos no âmbito comercial
- ♦ Conhecer as fontes de informação e técnicas para estudos de mercado
- ♦ Utilizar ferramentas para o planejamento de pesquisas e análise de dados

Módulo 2. O Business Plan no Território

- ♦ Obter uma ferramenta eficaz para alcançar resultados
- ♦ Definir propostas de valor únicas e diferenciadas
- ♦ Oferecer soluções reais aos seus clientes
- ♦ Estabelecer objetivos e como alcançá-los
- ♦ Obter todas as informações necessárias para definir um plano
- ♦ Conseguir crescimentos de vendas
- ♦ Conseguir abrir novos mercados
- ♦ Compreender como funciona nosso mercado e fornecer ferramentas para enfrentá-lo
- ♦ Investigar e atender às necessidades dos clientes
- ♦ Avaliar a concorrência

Módulo 3. Gestão Estratégica no Setor Farmacêutico e Biotecnológico

- ♦ Adquirir conhecimento sobre a história da Gestão Estratégica
- ♦ Categorizar as diferentes definições ao longo do tempo
- ♦ Aprofundar 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 SWOT (FOFA)
- ♦ Realizar uma análise da Cadeia de Valor
- ♦ Analisar os recursos e competências da empresa



Você definirá estratégias de entrada no mercado e as bases para estabelecer alianças estratégicas bem-sucedidas no ambiente digital"

03

Direção do curso

Este Programa Avançado é dirigido e ministrado por excelentes especialistas com ampla experiência no setor *Pharma Biotech*, que aplicarão todo o seu conhecimento nos materiais didáticos do programa. Portanto, todas as habilidades que os alunos adquirirão durante o estudo deste Curso terão um alto grau de aplicabilidade prática, garantindo a alta qualidade educacional do programa.





“

Essa equipe de professores é formada por profissionais que ocuparam vários cargos de prestígio no setor Pharm Biotech”

Direção



Sr. César Cardenal Otero

- ♦ Executivo Farmabiomédico da Amgen
- ♦ Autor do livro "Comunicación de Marca Personal a Través de Las Redes Sociales por Parte de Los Profesionales del Sector salud" (Comunicação de Marca Pessoal através das Redes Sociais por Profissionais do Setor de Saúde).
- ♦ Formado em Marketing pela *Universidad Prifysgol Cymru de Gales*
- ♦ Formado com destaque no curso *Inspiring Leadership through Emotional Intelligence* de Case Western Reserve University
- ♦ Pós-graduação em Gestão e Saúde na Indústria Farmacêutica da Universidade Europeia
- ♦ Mestrado em Administração de PMEs pela Escola Politécnica
- ♦ Especialização em Social Media Marketing pela Universidade de *Northwestern*
- ♦ Especialista em Comércio e Transporte Internacional pela Universidade de Cantabria
- ♦ Certificado em Ciências de Negócios da Universidade de Cantabria

Professores

Sr. Fernando Rojas Palacio

- ♦ Fundador e CEO da Navandu Technologies
- ♦ Fundador da consultoria internacional Brigital Health
- ♦ Especialista em Big Data e análise de redes sociais do MIT
- ♦ Senior Business Management Program pelo Instituto de Empresa e Chicago Booth School of Business
- ♦ Mestrado em Engenharia de Telecomunicações pela Universidade Politécnica de Madri
- ♦ Professor associado a programas acadêmicos em sua especialidade

Sr. Xavi Ribas Guardiá

- ♦ Product Manager na AMGEN
- ♦ Farmacêutico na Pharma e Biotech
- ♦ Especialista em produtos da Celgene
- ♦ Formado em Farmácia pela Universidade de Barcelona
- ♦ Pós-graduação em Gestão e Saúde na Indústria Farmacêutica da Universidade Europeia
- ♦ Curso de Administração, Organização e Gestão de Serviços de Saúde na Universidade Europeia

Sra. Magalí Palau Rodríguez

- ◆ Doutora em Farmácia, especialista em Pesquisa e Desenvolvimento de Alimentos
- ◆ Pesquisadora em Nutrição e Ciência dos Alimentos na Universidade de Barcelona
- ◆ Coordenadora do departamento de marketing para campanhas e material educacional
- ◆ Especialista em Marketing da Amgen na Unidade de Metabolismo Ósseo
- ◆ Doutora em Farmácia pela Universidade de Barcelona
- ◆ MBA em Indústrias Farmacêuticas e Biotecnológicas na Escola de Talentos EPHOS
- ◆ Mestrado em Pesquisa e Desenvolvimento de Alimentos pela Universidade de Barcelona
- ◆ Formada em Farmácia pela Universidade de Barcelona
- ◆ Instrutora de Saúde e Manipulação de Alimentos pela Fundació Esplai Girona

“

Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional”

04

Estrutura e conteúdo

Este programa reuniu um conteúdo exclusivo, no qual os fundamentos e as aplicações do Marketing no campo farmacêutico serão explorados em profundidade, desde os conceitos básicos até as últimas tendências. Além disso, equipará os alunos com as habilidades e os conhecimentos indispensáveis para projetar e implementar estratégias de marketing altamente eficazes nesse setor altamente competitivo. Tudo isso, 100% online e sem sair de casa.



“

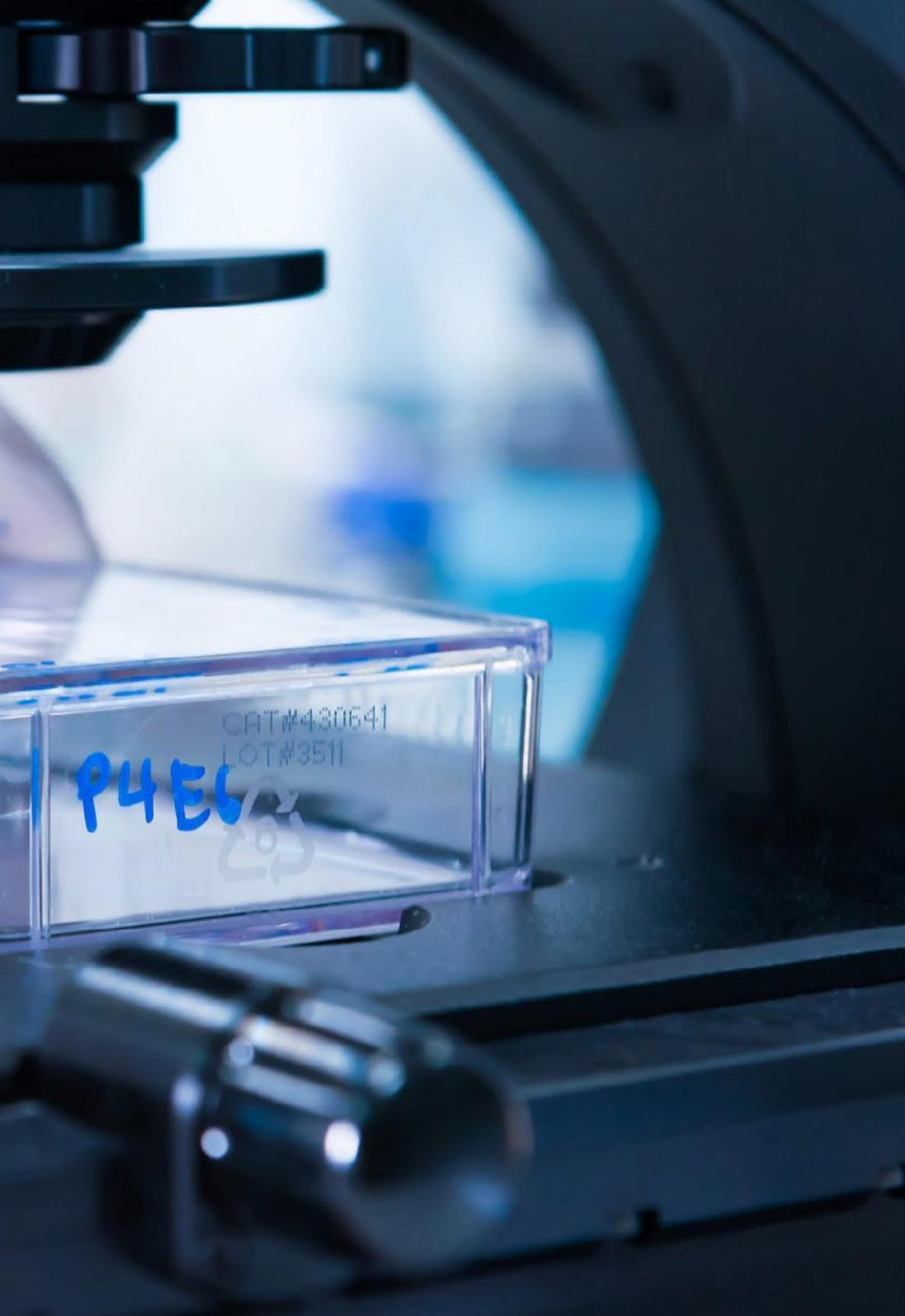
*Aproveite a metodologia educacional
mais inovadora no cenário educacional
e atualize-se de forma garantida"*

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 Negócios
- 1.2. Segmentação, Posicionamento e Targeting
 - 1.2.1. Segmentação
 - 1.2.2. Mapa de Posicionamento
 - 1.2.3. Targeting
 - 1.2.4. Conclusões
- 1.3. Pesquisa de Mercado
 - 1.3.1. O Sistema de Marketing
 - 1.3.2. Obtenção de Informações
 - 1.3.3. Processo de Pesquisa
 - 1.3.4. Conclusões
- 1.4. Gestão de Marca e Neuromarketing
 - 1.4.1. Branding
 - 1.4.2. Tipos de Branding
 - 1.4.3. Neuromarketing e aplicação na indústria Farmacêutica
 - 1.4.4. Conclusões
- 1.5. Plano de Marketing Digital
 - 1.5.1. Integração do Marketing Digital na Estratégia Global de Marketing
 - 1.5.2. O Community Manager
 - 1.5.3. 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 Mídias Sociais Co-criação de conteúdos
 - 1.7.2. Marketing de Conteúdo e Influenciadores
 - 1.7.3. Marketing Digital como Apoio ao Liderança da Área
 - 1.7.4. Associações de pacientes
- 1.8. Planejamento de programas digitais
 - 1.8.1. Definição dos objetivos
 - 1.8.2. Programas de apoio às estratégias de marca: *disease awareness, switching e engagement*
 - 1.8.3. 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 ao gerenciamento do paciente
 - 1.9.4. Últimas novidades
- 1.10. Outras tecnologias
 - 1.10.1. Registros eletrônicos e coleta de informações
 - 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. Planos de Negócios
 - 2.1.1. O que é um plano de negócios?
 - 2.1.2. Propósito e objetivos dos planos de negócios
 - 2.1.3. Por que é importante criar um plano de negócios?
 - 2.1.4. Quando devemos elaborar um plano de negócios?
- 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. Direção Geral
 - 2.2.3.1. Gestão 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 negócios
 - 2.3.1. Definir objetivos
 - 2.3.2. Descrição do produto: atributos-chave
 - 2.3.3. Que informações são necessárias para elaborar 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 de acordo com 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 de relacionamento com os clientes
 - 2.5.2. Identificar necessidades dos 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 em relação à concorrência
 - 2.6.4. Planos de expansão
 - 2.6.5. Planos de defesa
- 2.7. Análise econômica do plano de negócios
 - 2.7.1. Estimativa de custos e 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 negócios
 - 2.8.1. Agenda do plano de negócios
 - 2.8.2. Monitoramento do processo e mecanismos de revisão conforme a evolução
 - 2.8.3. KPI: indicadores objetivos de resultados
 - 2.8.4. Conclusões
- 2.9. Análise final do plano de negócios
 - 2.9.1. Cumprimento de prazos
 - 2.9.2. Análise de resultados
 - 2.9.3. Análise orçamentária
- 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 de marca

Módulo 3. Gestão Estratégica no Setor Farmacêutico e Biotecnológico

- 3.1. Estratégias de entrada no mercado
 - 3.1.1. Pesquisa de mercado
 - 3.1.2. Sócios estratégicos
 - 3.1.3. Estratégias mais utilizadas
 - 3.1.4. Monitoramento e adaptação
- 3.2. A Gestão Estratégica na Empresa Farmacêutica
 - 3.2.1. Os níveis de gestão estratégica
 - 3.2.2. Inovação
 - 3.2.3. Portfólio
 - 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. Ambiente VUCA
 - 3.4.2. Análise PESTEL
 - 3.4.3. Análise das 5 forças de Porter
 - 3.4.4. Análise DAFO
- 3.5. Análise interna
 - 3.5.1. Análise da Cadeia de Valor
 - 3.5.2. Análise de Recursos e Competências
 - 3.5.3. Análise VRIO
 - 3.5.4. Conclusões
- 3.6. Estratégias da Unidade Estratégica de Negócios
 - 3.6.1. Unidade Estratégica de Negócios
 - 3.6.2. A vantagem Competitiva
 - 3.6.3. Tipos de Estratégias de Acordo com sua Vantagem Competitiva
 - 3.6.4. Conclusões
- 3.7. Estratégia Corporativa e Diversificação
 - 3.7.1. Estratégia Corporativa
 - 3.7.2. Estratégia na Carteira de Negócios
 - 3.7.3. Estratégias de crescimento
 - 3.7.4. Estratégias mais utilizadas
- 3.8. Estratégia de Internacionalização
 - 3.8.1. Estratégia Internacional de uma Empresa
 - 3.8.2. Globalização da Economia
 - 3.8.3. Riscos da Internacionalização
 - 3.8.4. Benefícios da Internacionalização
- 3.9. Alianças Estratégicas, Fusões e Aquisições
 - 3.9.1. Estratégia de Crescimento Externo versus Crescimento Interno
 - 3.9.2. Alianças na Indústria Farmacêutica
 - 3.9.3. Fusões no 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. Economia sustentável



Com a TECH, você realizará uma análise econômica do plano de negócios e identificará os principais aspectos que levarão sua empresa ao sucesso"

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, 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 inúmeras evidências científicas sobre a eficácia deste método. Os especialistas 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 na prática profissional do médico.

“

Você sabia que este método foi desenvolvido em 1912, em Harvard, para alunos de Direito? O método do caso consistia em apresentar situações complexas reais 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 alunos que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade mental através de exercícios de avaliação de situações reais e de aplicação de conhecimentos.
2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas permitindo ao aluno 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 profissional aprenderá através de casos reais e da resolução de situações complexas em ambientes simulados de aprendizagem. Estes simulados são realizados através de um 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).

Usando esta metodologia, mais de 250 mil médicos se capacitaram, com sucesso sem precedentes, em todas as especialidades clínicas independentemente 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 e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que colocamos à disposição do aluno.



Técnicas cirúrgicas e procedimentos em vídeo

A TECH aproxima os alunos às técnicas mais recentes, aos últimos avanços educacionais e à vanguarda das técnicas médicas atuais. 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 apresentaremos casos reais em que o especialista guiará 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 e aumenta a nossa confiança para tomar 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 Marketing Digital em Pharma Biotech garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Programa Avançado de Marketing Digital em Pharma Biotech** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

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

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

Título: **Programa Avançado de Marketing Digital em Pharma Biotech**

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.

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

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado
Marketing Digital em
Pharma Biotech

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

Programa Avançado

Marketing Digital em
Pharma Biotech

