

Esperto Universitario

Digital Marketing in Pharma Biotech



tech università
tecnologica



Esperto Universitario Digital Marketing in Pharma Biotech

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

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

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 Marketing Digitale nel settore farmaceutico e delle biotecnologie è diventato uno strumento essenziale per le aziende di questo settore. Le strategie di marketing online sono quindi essenziali per far conoscere nuovi prodotti e servizi ai potenziali consumatori. È per questo motivo che i medici devono tenersi aggiornati in un campo vitale e sempre più sviluppato del settore *Pharma Biotech*. In risposta a questa esigenza, TECH ha sviluppato questo programma, che fornisce agli specialisti tecniche avanzate per la ricerca dei clienti e il posizionamento dei marchi su Internet. Inoltre, questa esperienza accademica è al 100% online, quindi non saranno obbligati a rinunciare alle proprie faccende personali e professionali quotidiane.



“

*Acquisisci le migliori tecniche per
perfezionare l'immagine del marchio
di un'azienda Pharma Biotech”*

Il Marketing Digitale nel Pharma Biotech è di vitale importanza per la sua capacità di raggiungere un pubblico specifico in modo rapido, accurato e personalizzato. Ciò consente alle aziende biofarmaceutiche di aumentare la propria visibilità, rafforzare il proprio marchio e promuovere efficacemente i propri prodotti in un ambiente altamente competitivo. Inoltre, offre una serie 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. Pertanto, il medico che desidera contribuire al successo di un'azienda *Pharma Biotech* è obbligato ad avere conoscenze aggiornate in questo campo.

Data la situazione, TECH ha concentrato i suoi sforzi nella creazione di questo corso di laurea, attraverso il quale gli studenti completeranno un eccellente aggiornamento in Digital Marketing applicabile all'industria biofarmaceutica. Durante 6 mesi di studio intensivo, gli studenti approfondiranno le più recenti strategie di segmentazione del pubblico e i metodi di progettazione di un piano di marketing online. Approfondiranno inoltre le procedure necessarie per lo sviluppo di un *Business Plan*.

Grazie al fatto che questo Esperto Universitario è insegnato in un formato 100% online, i medici potranno completare la loro formazione di aggiornamento senza dover fare scomodi viaggi in un centro studi. Inoltre, avranno a disposizione un'ampia biblioteca virtuale di risorse didattiche, come letture specializzate, riassunti interattivi e video esplicativi. In questo modo, si potranno scegliere i formati più adatti alle proprie preferenze accademiche.

Questo **Esperto Universitario in Digital Marketing in Pharma Biotech** 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
- ♦ Particolare enfasi speciale sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Disponibilità di accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile dotato di connessione a Internet



Goditi un'esperienza accademica progettata da eccellenti esperti dell'area *Pharma Biotech*

“

Impara le più recenti tecniche di segmentazione del pubblico per ottimizzare la tua strategia di Marketing Digitale”

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti e riconosciuti specialisti appartenenti a prestigiose società e università, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I 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 sui Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni di pratica professionale che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

In soli 6 mesi sarai in grado di sviluppare un piano di marketing Pharma Biotech e vedrai il suo impatto sull'industria farmaceutica e biotecnologica.

La metodologia di Relearning di TECH ti permetterà di fruire dei contenuti didattici secondo i tuoi ritmi di studio per ottimizzare il tuo processo di aggiornamento.



02 Obiettivi

Questo Esperto Universitario si propone di fornire ai medici le conoscenze più aggiornate nel campo del Digital Marketing nel settore Pharma Biotech. L'apprendimento avverrà anche attraverso materiali didattici multimediali innovativi in formati come video o sintesi interattive, garantendo uno studio dinamico ed efficace.





“

Una qualifica che ti aiuterà a creare valore nella tua azienda e a massimizzarne le prestazioni nel competitivo mercato farmaceutico”



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/assicurazione privata e concertata
- ◆ 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 nel 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



Definirai le strategie di ingresso nel mercato e le chiavi per stabilire alleanze strategiche di successo nell'ambiente digitale"

03

Direzione del corso

Questo Esperto Universitario è diretto e insegnato da eccellenti esperti con vasta esperienza nel settore *Pharma Biotech*, che apporteranno tutte le loro conoscenze ai materiali didattici del programma. Pertanto, tutte le competenze che gli studenti acquisiranno durante il corso avranno un alto grado di applicabilità pratica, il che garantisce l'alta qualità educativa del programma.





“

Il personale docente è composto da professionisti che hanno ricoperto diverse posizioni di prestigio nell'industria Pharma 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 in gestione e salute dell'industria farmaceutica presso l'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
- ♦ Specialista di prodotto presso Celgene
- ♦ Laurea in Farmacia presso l'Università di Barcellona
- ♦ Post-Laurea in gestione e salute dell'industria farmaceutica presso l'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

“

*Un'esperienza di specializzazione unica,
fondamentale e decisiva per potenziare
il tuo sviluppo professionale"*

04

Struttura e contenuti

Questo programma ha messo insieme un contenuto esclusivo, in cui i fondamenti e le applicazioni del marketing nel settore farmaceutico saranno esplorati in profondità, dalle basi alle ultime tendenze. Inoltre, fornirà agli studenti le competenze e le conoscenze essenziali per progettare e implementare strategie di marketing altamente efficaci in questo settore, e implementare strategie di marketing altamente efficaci in questo settore altamente competitivo. Tutto questo, al 100% online e senza uscire di casa.





“

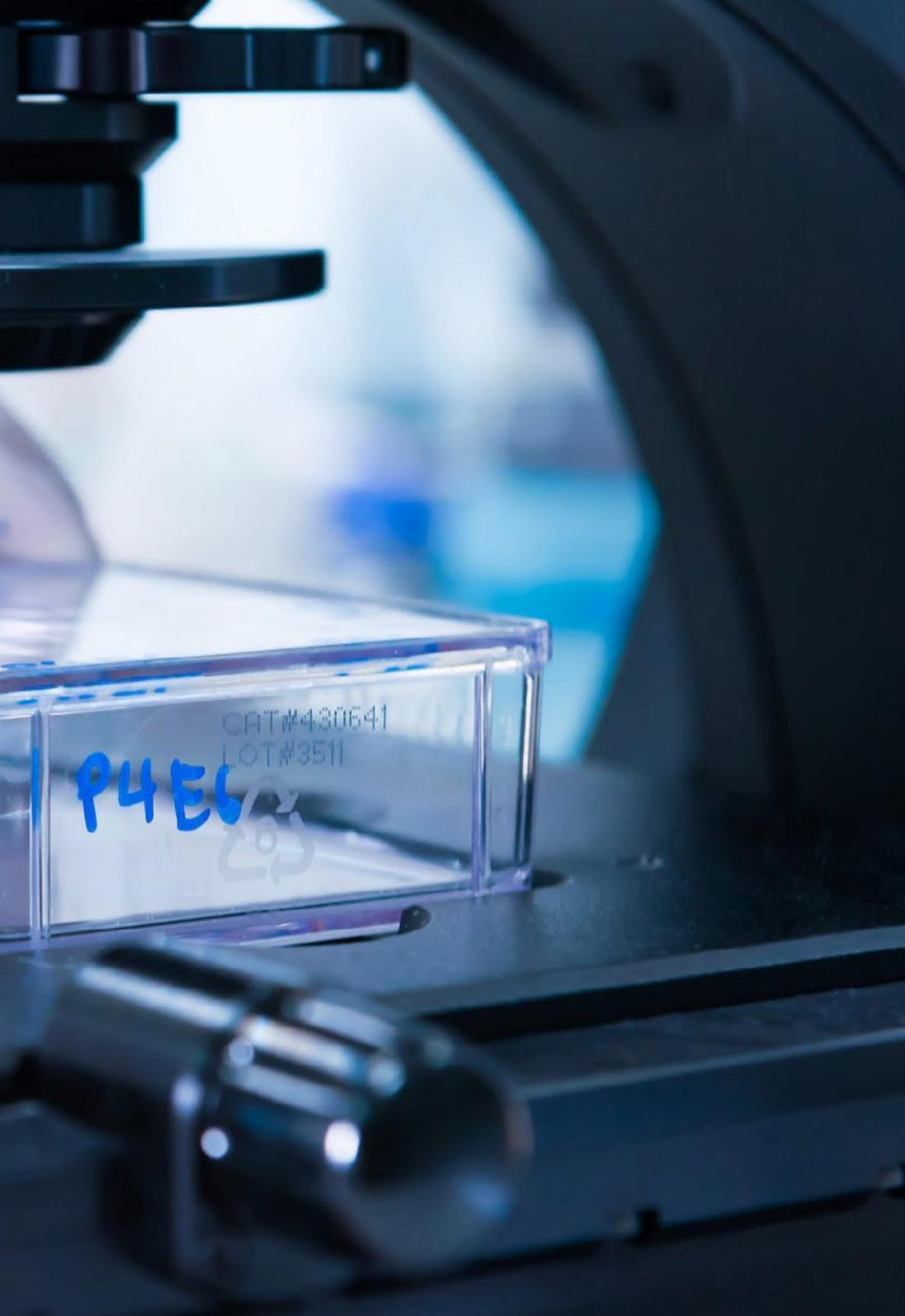
*Approfitta della metodologia didattica
più innovativa del panorama formativo e
aggiornati in modo solvibile”*

Modulo 1. Marketing nel Pharma Biotech

- 1.1. Omnicanalità, impatti ed *engagement*
 - 1.1.1. Marketing d'impatto
 - 1.1.2. Canali generalisti e social network
 - 1.1.3. Community Management
 - 1.1.4. *E-detailing* e CRM nell'ambiente digitale
 - 1.1.5. Pubblicità programmatica
 - 1.1.6. 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 della Marche 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 Marketing Digitale
 - 1.5.1. Integrare il marketing digitale nella strategia di marketing globale
 - 1.5.2. Community Manager
 - 1.5.3. Piano di Marketing Digitale
 - 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. Metriche
 - 1.6.4. Piattaforma di e-Commerce
- 1.7. Strategia digitale
 - 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 Regolatorio
 - 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. Stabilire i 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. 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 piano aziendale
 - 2.7.1. Stima dei costi e 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
 - 2.9.1. Rispetto dei termini
 - 2.9.2. Analisi dei risultati
 - 2.9.3. Analisi di bilancio
- 2.10. Piano di marketing Pharma Biotech
 - 2.10.1. Analisi di mercato
 - 2.10.2. Concorrenza
 - 2.10.3. Pubblico di riferimento
 - 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 nella società 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 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 del 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



Con TECH, eseguirai un'analisi economica del business plan e individuerai gli aspetti chiave che porteranno la tua azienda al successo”

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 applichiamo il Metodo Casistico

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? 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. Gli specialisti imparano meglio e in modo più veloce e sostenibile nel tempo.

Grazie a TECH potrai sperimentare 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 faccia riferimento alla vita professionale attuale, cercando di ricreare le condizioni reali della pratica professionale del medico.

“

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 assimilano i concetti, ma sviluppano anche la capacità mentale, grazie a esercizi che valutano situazioni reali e richiedono l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche, che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
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.

Il medico imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate grazie all'uso di software di ultima generazione 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).

Grazie a questa metodologia abbiamo formato con un successo senza precedenti più di 250.000 medici di tutte le specialità cliniche, indipendentemente dal carico chirurgico. 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 appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero 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 chirurgiche e procedure in video

TECH rende partecipe lo studente delle ultime tecniche, degli ultimi progressi educativi e dell'avanguardia delle tecniche mediche 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".



Letture 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: la denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



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 garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Digital Marketing in Pharma Biotech** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

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

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

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

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Digital Marketing
in Pharma Biotech

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Digital Marketing in Pharma Biotech

