

Universitätskurs Kosmetik-Marketing



Universitätskurs Kosmetik-Marketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/medizin/universitatskurs/kosmetik-marketing

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

Angesichts der bevorstehenden wachsenden Anzahl von Kosmetika bei medizinischen Behandlungen von Haut- und dermatologischen Erkrankungen, ist es notwendig, einen Marketingplan zu erstellen. Hier sollten die wichtigsten Punkte dargelegt werden, weshalb ein Produkt besser ist als ein anderes oder schlichtweg warum es gekauft werden sollte. Dies ist der Grund für die Schaffung dieses Programms, in dem sich der Facharzt das Marketingwissen aneignet, um die besten Kosmetika zur Behandlung von Hautkrankheiten aus medizinischer Sicht zu vermarkten. Dieses 100%ige Online-Programm vermittelt Fachkräften im Gesundheitswesen die wichtigsten Konzepte des medizinischen Marketings, wie z. B. *Branding*, Schlüsselkennzahlen und Arbeitsinstrumente, mit theoretischem und praktischem sowie audiovisuellem Material und Übungen zur Selbsterkenntnis.





“

Ein 100%iges Online-Programm, welches Ihnen die wichtigsten Grundlagen des Kosmetik-Marketings zur Promotion von dermatologischen Produkten vermittelt"

Die Bedeutung des Marketings für die Medizin liegt in den Werbemaßnahmen, die ein Produkt attraktiver machen als ein anderes. Seine Wirksamkeit und Qualität sind unbestritten, aber die Vermarktungsprozesse, denen es unterzogen wird, bestimmen weitgehend seinen Erfolg beim Publikum. Aus diesem Grund ist die Hauptaufgabe des Facharztes, in diesen besonderen Fällen, die besten dermatologischen Produkte zur Vermarktung und Vertrieb auszuwählen.

Unternehmen, die sich auf die Vermarktung von dermatologischen Produkten spezialisiert haben, wie L'Oréal oder Estée Lauder, haben in ihren Katalogen Gesichtspflegeprodukte, die sowohl die medizinische Empfehlung für weniger belastende Behandlungen als auch für die Hautpflege enthalten. Aus diesem Grund bietet TECH dieses Programm für Kosmetik-Marketing an, damit engagierten Fachleute im Gesundheitswesen die Vorzüge des Produkts hervorheben können, um anschließend zu verkaufen.

Es handelt sich um ein Programm, das das Verkaufswissen für Vermarktung und Vertrieb von Kosmetika an den medizinischen Sektor anpassen soll. Ein innovativer Ansatz für Fachkräfte, die mehr über das Marketing großer Unternehmen im Bereich medizinischer Dienstleistungen erfahren möchten, indem sie sich mit der zu berücksichtigenden strategischen Vision, den Vertriebskanälen oder der Analyse der Zielkunden befassen.

Das 100%ige Online-Programm bietet das gesamte Studienmaterial zum Herunterladen an, so dass medizinische Fachkräfte von jedem mobilen Gerät aus jederzeit lernen können. Ein weiterer Vorteil dieses Kurses ist, dass der Arzt selbst den Verlauf des Kurses so gestalten kann, wie es ihm am ehesten möglich ist, d. h. er kann seine Studienzeit individuell gestalten.

Dieser **Universitätskurs in Kosmetik-Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ◆ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten aus dem Bereich Kosmetikwissenschaft und Technologie vorgestellt werden
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ◆ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ◆ Der Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ◆ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Steigen Sie ins Kosmetik-Marketing ein und perfektionieren Sie Ihre Werbefähigkeiten für die besten Hautpflegeprodukte"

“ *Identifizieren Sie die gefragtesten Kosmetika im medizinischen Bereich und erforschen Sie deren kommerziellen Prozess, indem Sie alle Schlüssel zur erfolgreichen Vermarktung kennen*”

Zu den Lehrkräften des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Fachleute aus führenden Einrichtungen und angesehenen 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. Dabei wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Dieses Programm ist speziell darauf ausgerichtet, das Wissen über den Werbevorgang hinter einem kosmetischen Produkt zu aktualisieren.

Lernen Sie zu jeder Zeit und nutzen Sie den virtuellen Campus von jedem mobilen Gerät mit Internetanschluss aus.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Programms für Kosmetik-Marketing besteht darin, den medizinischen Fachkräften das Wissen und entsprechende Instrumente zu vermitteln, die für die Vermarktung und Verkaufsförderung von Hautpflegeprodukten erforderlich sind. Dies geschieht, um Medizinstrategien zu entwickeln, die den Platzierungsprozess innerhalb der Kosmetikindustrie perfekt ergänzen, angefangen von eigenen theoretischen und praktischen Kenntnissen bis hin zur Suche nach Unternehmen im Gesundheitssektor, die diese Produkte verkaufen.





“

Lernen Sie die besten Marketingtechniken, um Kosmetika effektiver auf dem Markt zu positionieren"



Allgemeine Ziele

- ◆ Analysieren der Märkte und Kategorien
- ◆ Festlegen der quantitativen und qualitativen Ziele
- ◆ Erarbeiten von Strategien
- ◆ Entwickeln und Umsetzen eines Aktionsplans
- ◆ Festlegen von KPIs und Messen der Ergebnisse

“

*Möchten Sie die wichtigsten
Messtechniken im Marketing beherrschen?
Mit diesem Programm erreichen Sie dies in
weniger als 6 Wochen"*





Spezifische Ziele

- ◆ Schaffen von Wachstumsmöglichkeiten
- ◆ Vorschlagen von Hilfsmitteln, Maßnahmen und strategischen Hebeln
- ◆ Schätzen von Verkaufseinheiten und Investitionen
- ◆ Vorstellen von *Branding*-Plänen
- ◆ Aufbauen einer Marke
- ◆ Vermitteln von Differenzierung und Mehrwert

03

Kursleitung

TECH ist bestrebt, über die besten Fachkräften zu verfügen und hat für dieses Programm vor allem das in diesem Bereich bestqualifizierte Dozententeam ausgewählt. Experten mit Kenntnissen in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Positionierung von kosmetischen Hautpflegeprodukten.

Der Facharzt hat nicht nur Zugang zum Dozententeam, sondern kann im Laufe des Programms auch seine Bedenken äußern und wird Antworten auf seine größten Unsicherheiten im Bereich des Kosmetik-Marketings erhalten.



A close-up photograph of a gold perfume bottle cap, which is cylindrical with a small circular detail on top. The cap is resting on a pink flower, likely a rose, which is softly blurred in the background. The lighting is warm, highlighting the metallic sheen of the cap.

“

Top-Experten auf diesem Gebiet werden Sie durch das Programm führen, damit Sie Fragen stellen und Antworten auf komplexe Marketingprobleme erhalten können”

Leitung



Dr. Mourelle Mosqueira, María Lourdes

- ◆ Forschungsexpertin in der Kosmetikwissenschaft
- ◆ Technische Direktorin von Balcare Cosmetics
- ◆ Forscherin in der Gruppe FA2 der Abteilung für angewandte Physik der Universität von Vigo
- ◆ Autorin von Veröffentlichungen über Kosmetikwissenschaft
- ◆ Dozentin für Grund- und Aufbaustudiengänge auf dem Gebiet der Kosmetikwissenschaft
- ◆ Präsidentin der Iberoamerikanischen Gesellschaft für Thalassotherapie
- ◆ Sekretärin der Galizischen Gesellschaft für Thermalpeloide
- ◆ Promotion in angewandter Physik von der Universität von Vigo
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität von Santiago de Compostela
- ◆ Hochschulabschluss in Ernährung und Diätetik an der Universität von Granada

Professoren

Fr. Seghers Carreras, Beatriz

- ◆ Marketing-Managerin bei Cantabria Labs
- ◆ Marketingkoordinatorin bei Apivita
- ◆ Assistentin für Sicherheit und Bewertung kosmetischer Produkte bei Bellssan Healthcare
- ◆ Masterstudiengang in Kosmetik und Dermopharmazie am Zentrum für Höhere Studien der Pharmazeutischen Industrie (CESIF)
- ◆ Masterstudiengang in Marketing und Kommunikationsmanagement der Vertice Business School
- ◆ Hochschulabschluss in Chemiewissenschaften an der Universität Complutense von Madrid



04

Struktur und Inhalt

Die Erstellung dieses Programms basiert auf einem weitgehend aktualisierten Content über Marketing, Vertrieb und Positionierung von kosmetischen Produkten. Aus diesem Grund findet der Facharzt im Programm eine breite Palette wichtiger Themen für das Management von Kosmetik-Marketing. Mit seiner *Relearning*-Methodik entwickelt TECH einen hochgradig pädagogischen theoretischen Lerninhalt, bestehend aus der Wiederholung und Erprobung der wichtigsten Marketingkonzepte für die öffentliche Anwendbarkeit.





“

Im virtuellen Campus finden Sie ausführliche Videos, dynamische Zusammenfassungen, Forschungsartikel und vieles mehr an hochwertigem Zusatzmaterial, um das Thema personalisiert zu vertiefen"

Modul 1. Marketing im Bereich der Kosmetik

- 1.1. Angewandtes Marketing
 - 1.1.1. Marketing-Elemente
 - 1.1.2. Marketing-Begriffe
 - 1.1.3. Besonderheiten des Kosmetiksektors
- 1.2. Kunden und Zielmärkte
 - 1.2.1. Kriterien der Segmentierung
 - 1.2.2. *Targeting*-Strategien
 - 1.2.3. CRM
- 1.3. Vertriebskanäle
 - 1.3.1. Die Vertriebskanäle
 - 1.3.2. Arten von Vertriebskanälen
 - 1.3.3. Wahl der Vertriebskanäle
- 1.4. Strategische Vision des Kosmetik-Marketings
 - 1.4.1. Analyse
 - 1.4.2. Nutzenversprechen
 - 1.4.3. Wachstumstreiber
- 1.5. *Branding* und *Performance*
 - 1.5.1. Konversionstrichter
 - 1.5.2. *Branding*-Strategien
 - 1.5.3. *Performance*-Strategien
- 1.6. Offline- und Online-Tools
 - 1.6.1. Konventionelle B2C-Tools
 - 1.6.2. Offline-B2B-Tools
 - 1.6.3. Digitale Tools für B2C und B2B
- 1.7. Schlüsselkennzahlen
 - 1.7.1. Online-Kennzahlen
 - 1.7.2. Offline-Kennzahlen
 - 1.7.3. Vertriebskennzahlen
- 1.8. Finanzielle Aspekte
 - 1.8.1. Finanzielle Aspekte. Bedingungen
 - 1.8.2. Gewinnspannen und Rentabilität
 - 1.8.3. P und G
- 1.9. Neue Trends im Kosmetik-Marketing
 - 1.9.1. Trends in der Formulierung kosmetischer Produkte
 - 1.9.2. Tendenzen beim Verkauf kosmetischer Mittel
 - 1.9.3. Neue Nutzergewohnheiten
- 1.10. Interaktion mit anderen Geschäftsbereichen und Abteilungen
 - 1.10.1. Marketing und Kommunikation
 - 1.10.2. Marketing und Vertrieb
 - 1.10.3. Marketing und Ausbildung



Zögern Sie nicht länger und investieren Sie in ein Programm, das Ihnen die Ergebnisse garantiert, die den Anforderungen des Pharmaberufs gerecht werden"



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 aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Bei TECH verwenden wir die Fallmethode

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. Fachkräfte lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt.



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 realen Bedingungen in der beruflichen Praxis des Arztes 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 eingeführt“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Schüler, die dieser Methode folgen, erreichen nicht nur die Aufnahme von Konzepten, sondern auch eine Entwicklung ihrer geistigen Kapazität, durch Übungen, die die Bewertung von realen Situationen und die Anwendung von Wissen beinhalten.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studierenden ermöglichen, sich besser in die reale Welt 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 Methodik

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 Fachkraft 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 250.000 Ärzte mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachgebieten ausgebildet, unabhängig von der chirurgischen 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 den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Chirurgische Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt den Studenten die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die modernsten medizinischen Verfahren näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Strenge, erklärt und detailliert, um zur Assimilierung und zum Verständnis des Studierenden beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie ihn 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 haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Von Experten geleitete und von Fachleuten durchgeführte Fallstudien

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



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



Meisterklassen

Es gibt wissenschaftliche Belege für den Nutzen der Beobachtung durch Dritte: Lernen von einem Experten stärkt das Wissen und die Erinnerung und schafft Vertrauen für künftige schwierige Entscheidungen.



Leitfäden für Schnellmaßnahmen

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



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Kosmetik-Marketing 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
lästiges Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätskurs in Kosmetik-Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche 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 Kosmetik-Marketing**

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 tutoeren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovativen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Kosmetik-Marketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs Kosmetik-Marketing

