

Universitätskurs

Marketing in Pharma-Biotech





tech technologische
universität

Universitätskurs Marketing in Pharma-Biotech

- » 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/marketing-pharma-biotech

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

Die Steigerung des Bekanntheitsgrades von Biopharmazeutika in der Zielgruppe ist entscheidend für deren Markterfolg. Dazu ist es notwendig, moderne Marketingstrategien zu entwickeln, die das Image einer Marke auf dem Markt optimieren und dazu beitragen, Vertrauen bei den Anwendern zu schaffen. Vor diesem Hintergrund hat TECH diese Fortbildung entwickelt, die Ärzten die modernsten Techniken vermittelt, um ihre Zielgruppe zu identifizieren und einen digitalen Marketingplan zu entwickeln, der auf ihre Eigenschaften und Bedürfnisse zugeschnitten ist. Auf diese Weise wird der Spezialist an der Spitze des Pharma-Biotech-Sektors stehen und von einem 100%igen Online-Programm profitieren, das es ihm ermöglicht, zu studieren, ohne das Haus zu verlassen.



“

Verstärken Sie Ihr Engagement und nutzen Sie die Kommunikationskanäle, um Ihre Patienten zu erreichen”

Marketing spielt in der Pharma-Biotech-Branche eine Schlüsselrolle, wenn es darum geht, die Nutzer über die Vorteile der Produkte zur Verbesserung ihrer Gesundheit zu informieren. Durch die Wahl eines rigorosen Marketingplans haben die Unternehmen der Branche die Möglichkeit, ihren Umsatz zu steigern und einen wichtigen Beitrag zum medizinischen Fortschritt und zum Wohlergehen der Menschen zu leisten. Wer den Vertrieb innovativer Arzneimittel optimieren will, muss daher über aktuelle Kenntnisse in diesem Bereich verfügen.

Aus diesem Grund hat TECH beschlossen, diesen Studiengang ins Leben zu rufen, der es den Studenten ermöglicht, sich mit den modernsten Methoden des Marketings in der pharmazeutischen Biotechnologie vertraut zu machen. Während eines 6-wöchigen Intensivstudiums lernen die Studenten die modernsten Techniken der Marktanalyse und -forschung kennen und werden mit den Strategien des Neuromarketings vertraut gemacht, die den größten Einfluss auf die biopharmazeutische Industrie haben.

Da der Studiengang zu 100% online durchgeführt wird, können die Studenten jederzeit und überall auf die Inhalte zugreifen und benötigen lediglich ein Gerät mit Netzzugang. Darüber hinaus wird die Lernmethode des *Relearning* angewandt, die einen problemlosen Wissenserwerb ohne lange Studienzeiten gewährleistet.

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

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



Dieser Universitätskurs vermittelt Ihnen die neuesten Techniken, um einen digitalen Marketingplan zu entwerfen, der auf die Pharma-Biotech-Industrie ausgerichtet ist"

“

Optimieren Sie Ihr Lernen durch die avantgardistischsten Multimedia-Formate im Bildungspanorama"

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen 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. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Informieren Sie sich über Marketing in Pharma Biotech durch eine innovative 100%ige Online-Methode, die es Ihnen ermöglicht, bequem von zu Hause aus zu lernen.

Dank dieses Universitätskurses werden Sie das Potenzial von E-Detailing und CRM im digitalen Umfeld und dessen Auswirkungen auf die Pharma-Biotech-Industrie entdecken.



02 Ziele

Ziel dieses Universitätskurses ist es, Ärzten das aktuellste Wissen im Bereich Marketing in Pharma-Biotech zu vermitteln. Auf diese Weise wird der Spezialist in der Lage sein, Produkte und Dienstleistungen in dieser Branche effizient zu vermarkten und dabei die Einhaltung von Vorschriften zu gewährleisten und Strategien anzuwenden, die auf Forschung und Marktforschung basieren. Und das alles in nur 6 Wochen Intensivstudium.



“

Erweitern Sie Ihr Wissen über Datenanalyse und deren Einsatz im Pharma-Biotech-Sektor mit diesem 100%igen Online-Abschluss"



Allgemeine Ziele

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





Spezifische Ziele

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



Lernen Sie die fortschrittlichsten Aspekte des Marketings in der Pharma-Biotech in nur 150 Stunden"

03

Kursleitung

Dieses Programm zeichnet sich durch eine hervorragende Fakultät aus, die die Lehrinhalte aus einer innovativen akademischen Perspektive vermittelt. So wird sichergestellt, dass die Studenten Wissen von anerkannten Experten erwerben, die über umfangreiche Erfahrungen in den Bereichen Medizin, Pharmazie und Wirtschaft verfügen. Auf diese Weise erhalten Ärzte einen hochwertigen Abschluss, der sie auf den neuesten Stand bringt, den sie für ihre Arbeit in der Pharma-Biotech-Industrie benötigen.



“

Setzen Sie sich an die Spitze des Marketings in Pharma-Biotech an der Seite führender Persönlichkeiten der biopharmazeutischen Industrie"

Leitung



Hr. Cardenal Otero, César

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



Professoren

Hr. Rojas Palacio, Fernando

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

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen auf diesem Gebiet zu informieren, um sie in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden"

04

Struktur und Inhalt

Dieser Abschluss umfasst grundlegende Marketingkonzepte wie Segmentierungs- und Markenpositionierungsstrategien sowie Marktforschungstechniken. All dies geschieht in einem 100%igen Online-Format, das den Studenten die Flexibilität bietet, 24 Stunden am Tag von jedem elektronischen Gerät mit Internetanschluss auf die Inhalte des Programms zuzugreifen.





“

Mit der Relearning-Methode werden die Stunden, die Sie für das Studium aufwenden müssen, reduziert und Ihr Verständnis für das zentrale Wissen des Lehrplans in einem geringen Zeitrahmen vertieft"

Modul 1. Marketing in Pharma-Biotech

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



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

“*Sie erwerben wichtige Kenntnisse, um fundierte Entscheidungen zu treffen und erfolgreiche Strategien für die Verbreitung von pharmazeutischen Produkten zu entwickeln*”

05 Methodik

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

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



“

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

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 an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt.



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

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Studenten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten 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 Methodology

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

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



Die Fachkraft lernt durch reale Fälle und die 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 Methodik wurden mehr als 250.000 Ärzte mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachbereichen fortgebildet, 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 Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Chirurgische Techniken und Verfahren auf Video

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Weitere Lektüren

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





06

Qualifizierung

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



“

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

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

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

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

Titel: **Universitätskurs in Marketing in Pharma-Biotech**

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



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätskurs

Marketing in Pharma-Biotech

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

Universitätskurs

Marketing in Pharma-Biotech

