

Certificat Avancé
Gestion Financière
du Marketing Pharmaceutique



Certificat Avancé Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/pharmacie/diplome-universite/diplome-universite-gestion-financiere-marketing-pharmaceutique

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 16

05

Méthodologie

page 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

Les petites pharmacies, les laboratoires et les distributeurs de produits et de services utilisent des techniques de Marketing pour atteindre leurs objectifs. Dans ce processus, l'établissement d'un plan stratégique adéquat est essentiel. En ce sens, la gestion financière est cruciale pour atteindre l'objectif sans négliger les ressources économiques disponibles. Dans cette ligne, cette formation conçue par TECH, qui amènera le pharmacien à approfondir les éléments essentiels pour mettre en œuvre des campagnes promotionnelles en tenant compte des aspects les plus pertinents de la gestion économique. Tout cela, dans un format d'enseignement 100% en ligne et à travers le meilleur matériel didactique multimédia, créé par des experts avec une carrière professionnelle consolidée dans cette industrie.



“

Mettez-vous à jour en seulement 6 mois sur les processus clés pour mener à bien la Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique”

La planification, l'allocation et le contrôle efficace des ressources financières allouées aux stratégies de Marketing et de promotion sont la clé de leur succès. Le professionnel pharmaceutique connaissant le secteur doit également prendre en compte ces facteurs économiques afin de pouvoir mettre en œuvre avec garanties des lignes d'action commerciales dans son établissement ou avec les produits qu'il vend.

Il s'agit d'analyser en détail les coûts liés à la publicité en ligne et hors ligne, à la participation à des événements et à des conférences ou à la création de matériel promotionnel. C'est pour cette raison qu'a été créé ce Certificat Avancé de 6 mois en Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique.

Il s'agit d'un programme avancé, développé par de véritables experts qui amèneront le diplômé à se plonger dans le présent de l'Industrie Pharmaceutique, dans la finance orientée vers le département Marketing ou dans la gestion du personnel au sein de ce secteur. Pour ce faire, le pharmacien disposera de ressources didactiques basées sur des résumés vidéo de chaque sujet, des vidéos détaillées, des lectures spécialisées et des simulations d'études de cas.

Il s'agit d'une excellente opportunité pour les professionnels d'obtenir une mise à jour complète dans ce domaine grâce à un diplôme qui se caractérise par sa flexibilité. Les étudiants n'ont besoin que d'un appareil numérique (téléphone portable, Tablette ou ordinateur) avec une connexion internet pour consulter le contenu hébergé sur la plateforme virtuelle à tout moment de la journée.

Ce **Certificat Avancé en Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique** contient le programme éducatif le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Pharmacie
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Une option académique qui vous permettra de vous tenir au courant des stratégies utilisées dans la publicité traditionnelle et le Marketing numérique"

“

Vous améliorerez vos compétences en matière de gestion financière orientée vers les initiatives de Marketing pharmaceutique”

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Approfondissez la gestion des risques financiers appliquée au Marketing Pharmaceutique grâce à des études de cas fournies par des experts dans ce domaine.

Apprenez-en plus sur la gestion des budgets Marketing depuis votre domicile.



02 Objectifs

L'objectif de cette formation universitaire est de fournir aux spécialistes les stratégies et les outils nécessaires pour accroître leurs compétences dans le développement de plans de Marketing Pharmaceutique. À cette fin, il dispose d'un programme exhaustif avec une approche théorique-pratique qui est très utile pour la mise en œuvre des actions de promotion et de marketing, en tenant compte des critères économiques les plus efficaces. Il bénéficie également du soutien d'un corps enseignant spécialisé qui peut répondre à toutes les questions que vous vous posez sur le contenu de ce programme.



“

Renforcez vos compétences en matière de gestion des stratégies commerciales avec cette qualification universitaire de 450 heures d'enseignement”



Objectifs généraux

- ◆ Acquérir des connaissances spécialisées dans l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie de l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Se plonger dans les derniers développements de l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Comprendre la structure et le fonctionnement de l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Comprendre l'environnement concurrentiel de l'industrie pharmaceutique
- ◆ Comprendre les concepts et les méthodologies de l'étude de marché
- ◆ Utiliser les technologies et les outils d'étude de marché
- ◆ Développer des compétences commerciales spécifiques à l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Comprendre le cycle de vente dans l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Analyser le comportement des clients et les besoins du marché
- ◆ Développer des compétences en leadership
- ◆ Comprendre les aspects spécifiques de la Gestion dans l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Appliquer les techniques de Gestion de projet
- ◆ Comprendre les principes et les bases du Marketing dans l'industrie Pharmaceutique





Objectifs spécifiques

Module 1. Structure de l'industrie pharmaceutique

- ◆ Approfondir la structure et le fonctionnement de l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Étudier la chaîne d'approvisionnement, les acteurs clés et leur interaction
- ◆ Aborder l'environnement concurrentiel de l'Industrie Pharmaceutique

Module 2. Finances pour le département Marketing

- ◆ Approfondir la compréhension des concepts financiers clés
- ◆ Appliquer les techniques d'évaluation des projets de Marketing
- ◆ Approfondir l'impact financier des stratégies de Marketing

Module 3. Leadership et gestion d'équipe dans l'industrie Pharmaceutique

- ◆ Développer des compétences en leadership
- ◆ Analyser les aspects spécifiques de la gestion dans l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Appliquer les techniques de gestion de projet

“

Augmentez vos compétences pour intégrer les techniques de gestion de projet les plus efficaces dans l'Industrie Pharmaceutique”

03

Direction de la formation

Afin de fournir une mise à jour de qualité, TECH a effectué un processus de sélection rigoureux de chacun des professeurs qui composent ce programme. De cette manière, le diplômé obtiendra une mise à jour complète de la part de spécialistes ayant accumulé une expérience professionnelle dans l'Industrie Pharmaceutique et le Marketing. Cette institution académique répond ainsi au besoin d'accroître les compétences dans ce secteur.



“

*Vous résoudrez tous vos doutes sur le
Plan Marketing Pharmaceutique avec les
meilleurs experts de ce secteur”*

Direction



M. Calderón, Carlos

- ◆ Directeur du Marketing et de la Publicité chez Industries Farmacéutiques Puerto Galiano S.A.
- ◆ Consultant en Marketing et Publicité à Expérience MKT
- ◆ Directeur du Marketing et de la Publicité chez Marco Aldany
- ◆ CEO et directeur de la création chez *C&C Advertising*
- ◆ Directeur du Marketing et de la Publicité chez Elsevier
- ◆ Directeur Créatif chez CPM Consultant en Publicité et Marketing
- ◆ Technicien en Publicité au CEV à Madrid



M. Expósito Esteban, Alejandro

- ◆ Directeur Numérique de *Innovation et des Opérations Commerciales au sein du Groupe Merck*
- ◆ Directeur du Numérique et des Nouvelles Technologies chez McDonalds Espagne
- ◆ Directeur des Alliances et des Canaux chez *Microma The Service Group*
- ◆ Directeur des Services Après-Vente chez *Pc City Spain S.A.U.*



Professeurs

M. García-Valdecasas Rodríguez de Rivera, Jesús

- ◆ Directeur Technique Pharmaceutique chez Labo Bohm
- ◆ Technicien Responsable du Secteur Biocides et Cosmétiques aux Laboratoires Bohm
- ◆ Coordinateur de la Qualité et de l'Enregistrement aux Laboratoires Bohm
- ◆ Directeur de la Garantie de la Qualité, du Développement et des Affaires Réglementaires chez Industries Pharmaceutiques Puerto Galiano S.A.
- ◆ Responsable des Enregistrements/Services Techniques chez Arafarma Group S.A.
- ◆ Licence en Pharmacie de l'Université d'Alcalá
- ◆ Master en Industrie Pharmaceutique et Parapharmaceutique du Centre d'Etudes Supérieures de l'Industrie Pharmaceutique (CESIF)

M. González Suárez, Hugo

- ◆ Digital & Product Marketing Manager chez Labo ERN S.A.
- ◆ Product Marketing and Project Manager chez Amgen
- ◆ Licence en Biochimie et Pharmacologie de l'Université Internationale de Cambridge
- ◆ Master en Marketing du Centre d'Études Supérieures de l'Industrie Pharmaceutique (CESIF)
- ◆ Master en Administration des Affaires de l'ESNECA Business School

M. Puerto Peña, Gustavo

- ◆ DCEO en Industries Pharmaceutiques Puerto Galiano S.A.
- ◆ Directeur Commercial et Administratif chez Industries Pharmaceutiques Puerto Galiano S.A.
- ◆ Directeur du Marketing et de la Publicité chez Industries Pharmaceutiques Puerto Galiano S.A.
- ◆ Programme d'Administrateurs Indépendants de la Business School ICADE
- ◆ Licence en Administration et Gestion des Affaires de l'Université de *Saint Louis*
- ◆ Membre de : ANEFP, Pharmacie Industrielle, ADEFAM

04

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique apportera aux pharmaciens les connaissances les plus récentes en matière budgétaire pour le marketing des produits Pharmaceutiques. Ainsi, le pharmacien pourra se familiariser avec l'évaluation des performances, la gestion des risques financiers et la faisabilité de nouveaux produits. Tout cela, sans avoir à investir de longues heures d'étude, car le système *Relearning*, basé sur la répétition des contenus clés, facilite la consolidation des concepts clés.



“

Un plan d'étude adapté à vos besoins et conçu avec la méthodologie pédagogique la plus révolutionnaire, le système Relearning”

Module 1. Structure de l'industrie pharmaceutique

- 1.1. Développement pharmaceutique
 - 1.1.1. Découverte de médicaments
 - 1.1.2. Pharmacocinétique
 - 1.1.3. Pharmacodynamie
 - 1.1.4. Essais précliniques
- 1.2. Le laboratoire Pharmaceutique
 - 1.2.1. Les bonnes pratiques de laboratoire
 - 1.2.2. L'équipement de laboratoire
 - 1.2.3. Instruments de laboratoire
 - 1.2.4. Analyse microbiologique
- 1.3. R+D
 - 1.3.1. Techniques de criblage
 - 1.3.2. Techniques de validation
 - 1.3.3. Conception rationnelle
 - 1.3.4. Chimie médicinale
- 1.4. Brevets
 - 1.4.1. Bases de la propriété intellectuelle
 - 1.4.2. Procédures de demande de brevet
 - 1.4.3. Analyse de la brevetabilité
 - 1.4.4. Stratégies de protection
- 1.5. Génériques
 - 1.5.1. Équivalence thérapeutique
 - 1.5.2. Bioéquivalence
 - 1.5.3. Processus de développement
 - 1.5.4. Processus de fabrication
- 1.6. Gestion des stocks
 - 1.6.1. Contrôle des stocks
 - 1.6.2. Gestion des stocks
 - 1.6.3. Méthodes de prévision de la demande
 - 1.6.4. Logiciels de Gestion des stock
- 1.7. Les remises
 - 1.7.1. Remises sur volume
 - 1.7.2. Remises pour paiement rapide
 - 1.7.3. Remises de fidélité
 - 1.7.4. Analyse de rentabilité des escomptes



- 1.8. Chaîne de valeur industrie pharmaceutique
 - 1.8.1. Gestion des risques
 - 1.8.2. Technologies de l'information
 - 1.8.3. Durabilité
 - 1.8.4. Responsabilités sociale
- 1.9. Alliances stratégiques
 - 1.9.1. Collaborations
 - 1.9.2. Accords de licence
 - 1.9.3. *Coentreprises*
 - 1.9.4. Négociation d'alliances stratégiques
- 1.10. Organismes de réglementation
 - 1.10.1. Surveillance post-commercialisation
 - 1.10.2. Audits réglementaires
 - 1.10.3. Harmonisation réglementaire
 - 1.10.4. Reconnaissance mutuelle des enregistrements

Module 2. Finances pour le département Marketing

- 2.1. Le Budget Marketing
 - 2.1.1. La publicité traditionnelle
 - 2.1.2. Marketing numérique
 - 2.1.3. Les relations avec les médias
 - 2.1.4. Relations publiques
- 2.2. Analyse coûts-bénéfices
 - 2.2.1. ACE
 - 2.2.2. ACU
 - 2.2.3. ACB
 - 2.2.4. ACM
- 2.3. Mesure des performances
 - 2.3.1. Part de marché
 - 2.3.2. Retour sur investissement
 - 2.3.3. Recherche et développement
 - 2.3.4. Efficacité opérationnelle
- 2.4. Planification Financière
 - 2.4.1. Budget
 - 2.4.2. Gestion des stocks
 - 2.4.3. Gestion des risques
 - 2.4.4. Capitalisation

- 2.5. Gestion des risques financiers
 - 2.5.1. Diversification des produits
 - 2.5.2. Gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 2.5.3. Couverture des risques financiers
 - 2.5.4. Conclusions
- 2.6. Rentabilité
 - 2.6.1. Efficacité de la production
 - 2.6.2. Stratégies de commercialisation
 - 2.6.3. Expansion géographique
 - 2.6.4. Conclusions
- 2.7. Investissements futurs
 - 2.7.1. Analyse des risques
 - 2.7.2. Opportunité de marché
 - 2.7.3. Le choix du moment
 - 2.7.4. Conclusions
- 2.8. Les ressources financières de l'entreprise
 - 2.8.1. Les fonds propres
 - 2.8.2. Financement par l'emprunt
 - 2.8.3. Capital-risque
 - 2.8.4. Subventions
- 2.9. Retour sur investissement
 - 2.9.1. Brevets
 - 2.9.2. Recherche
 - 2.9.3. Analyse
 - 2.9.4. Conclusion
- 2.10. Faisabilité des nouveaux produits
 - 2.10.1. Efficacité et sécurité
 - 2.10.2. Demande
 - 2.10.3. Offre
 - 2.10.4. Propriété intellectuelle

Module 3. Leadership et Gestion d'équipe dans l'industrie pharmaceutique

- 3.1. Leadership dans l'industrie pharmaceutique
 - 3.1.1. Tendances et défis en matière de leadership
 - 3.1.2. Leadership transformationnel
 - 3.1.3. Leadership de la Gestion de Risques
 - 3.1.4. Leadership en matière d'amélioration continue
- 3.2. Gestion des talents
 - 3.2.1. Stratégies de recrutement
 - 3.2.2. Développement de profils
 - 3.2.3. Planification de la relève
 - 3.2.4. Rétention des talents
- 3.3. Développement et formation des équipes
 - 3.3.1. Bonnes pratiques de fabrication (BPF)
 - 3.3.2. Développement des compétences techniques
 - 3.3.3. Formation à la sécurité
 - 3.3.4. Développement de la R+D
- 3.4. Stratégies de communication interne
 - 3.4.1. Développement d'une culture de communication ouverte
 - 3.4.2. Communication des objectifs et des stratégies
 - 3.4.3. Communiquer les changements organisationnels
 - 3.4.4. Communication des politiques et des procédures
- 3.5. Gestion des performances
 - 3.5.1. Fixation de buts et d'objectifs clairs
 - 3.5.2. Définir des indicateurs de performance
 - 3.5.3. Un retour d'information continu
 - 3.5.4. Évaluation des performances
- 3.6. Gestion du changement
 - 3.6.1. Diagnostic du besoin de changement
 - 3.6.2. Communication efficace du changement
 - 3.6.3. Créer un sentiment d'urgence
 - 3.6.4. Identifier les leaders du changement
- 3.7. Gestion de qualité
 - 3.7.1. Définition des normes de qualité
 - 3.7.2. Mise en œuvre des systèmes de Gestion de la qualité
 - 3.7.3. Contrôle de la qualité en production
 - 3.7.4. Gestion des fournisseurs



- 3.8. Gestion du budget Marketing
 - 3.8.1. Planification stratégique du Marketing
 - 3.8.2. Établissement du budget Marketing total
 - 3.8.3. Répartition du budget par canaux de Marketing
 - 3.8.4. Analyse du retour sur investissement (ROI)
- 3.9. Planification et exécution des campagnes de Marketing
 - 3.9.1. Analyse du marché et du public cible
 - 3.9.2. Définition des objectifs de la campagne
 - 3.9.3. Élaboration de stratégies de Marketing
 - 3.9.4. Sélection des canaux de Marketing
- 3.10. Actualisation de l'évolution du marché
 - 3.10.1. Analyse des tendances du marché
 - 3.10.2. Surveillance des concurrents
 - 3.10.3. Suivi de l'évolution du secteur
 - 3.10.4. Participation à des événements et à des conférences

“

Avec TECH, vous serez au fait des techniques et des outils utilisés dans la planification et l'exécution des campagnes de Marketing Pharmaceutique”

05

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***el Relearning***.

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.



“

Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas cliniques simulés, basé sur des patients réels, dans lesquels ils devront enquêter, établir des hypothèses et enfin résoudre la situation. Il existe de nombreuses preuves scientifiques de l'efficacité de cette méthode. Les pharmaciens apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement au fil du temps.

Avec TECH, vous ferez l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui révolutionne les fondements des universités traditionnelles du monde entier.



Selon le Dr Gérvas, le cas clinique est la présentation commentée d'un patient, ou d'un groupe de patients, qui devient un "cas", un exemple ou un modèle illustrant une composante clinique particulière, soit en raison de son pouvoir pédagogique, soit en raison de sa singularité ou de sa rareté. Il est essentiel que le cas soit basé sur la vie professionnelle actuelle, en essayant de recréer les conditions réelles de la pratique professionnelle du pharmacien.

“

Saviez-vous que cette méthode a été développée en 1912 à Harvard pour les étudiants en Droit? La méthode des cas consiste à présenter aux apprenants des situations réelles complexes pour qu'ils s'entraînent à prendre des décisions et pour qu'ils soient capables de justifier la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les pharmaciens qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. Grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité, on obtient une assimilation plus simple et plus efficace des idées et des concepts.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.



Relearning Methodology

TECH renforce l'utilisation de la méthode des cas avec la meilleure méthodologie d'enseignement 100% en ligne du moment: Relearning.

Notre Université est la première au monde à combiner l'étude de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique et combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque cours. Ceci représente une véritable révolution par rapport à une simple étude et analyse de cas.



Le pharmacien apprendra à travers des cas réels et la résolution de situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe pour faciliter l'apprentissage immersif.

Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone (Columbia University). La méthode Relearning, à la pointe de la pédagogie mondiale, a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études.

Grâce à cette méthodologie, plus de 115.000 pharmaciens ont été formés avec un succès sans précédent dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Cette méthodologie pédagogique est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps d'étudiants universitaires au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique.

Selon les normes internationales les plus élevées, la note globale de notre système d'apprentissage est de 8,01.



Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les pharmaciens spécialisés qui vont enseigner le cours, spécifiquement pour le cours, de sorte que le développement didactique est vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Techniques et procédures en vidéo

TECH rapproche les étudiants des dernières techniques, des dernières avancées en matière d'éducation, de l'avant-garde des procédures actuelles de soins pharmaceutiques. Tout cela, à la première personne, avec la plus grande rigueur, expliqué et détaillé pour contribuer à l'assimilation et à la compréhension. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



Résumés interactifs

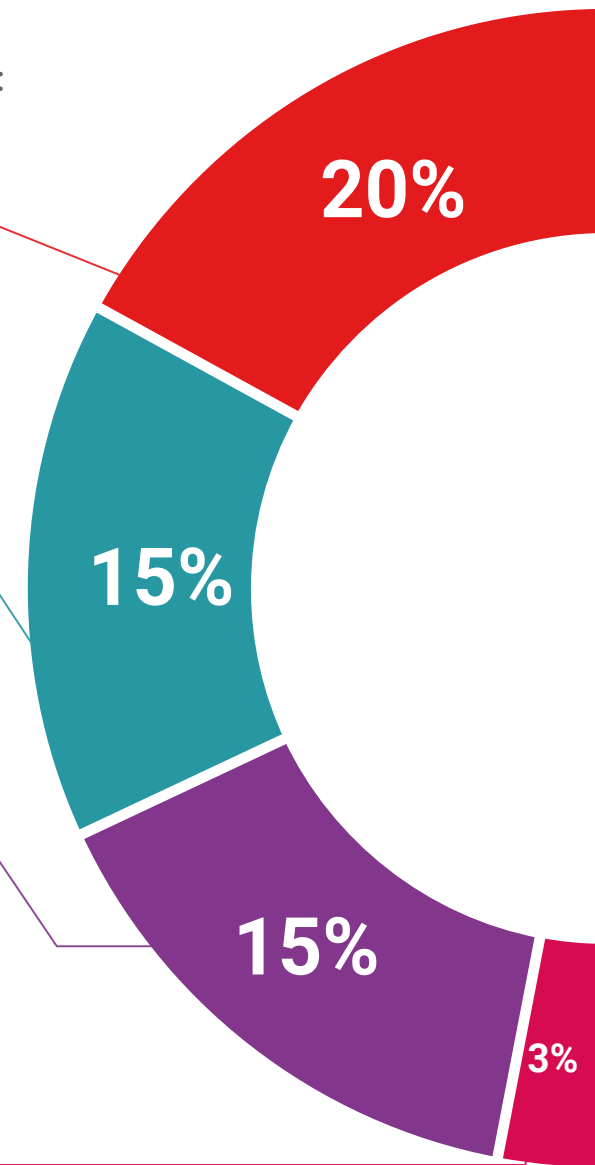
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

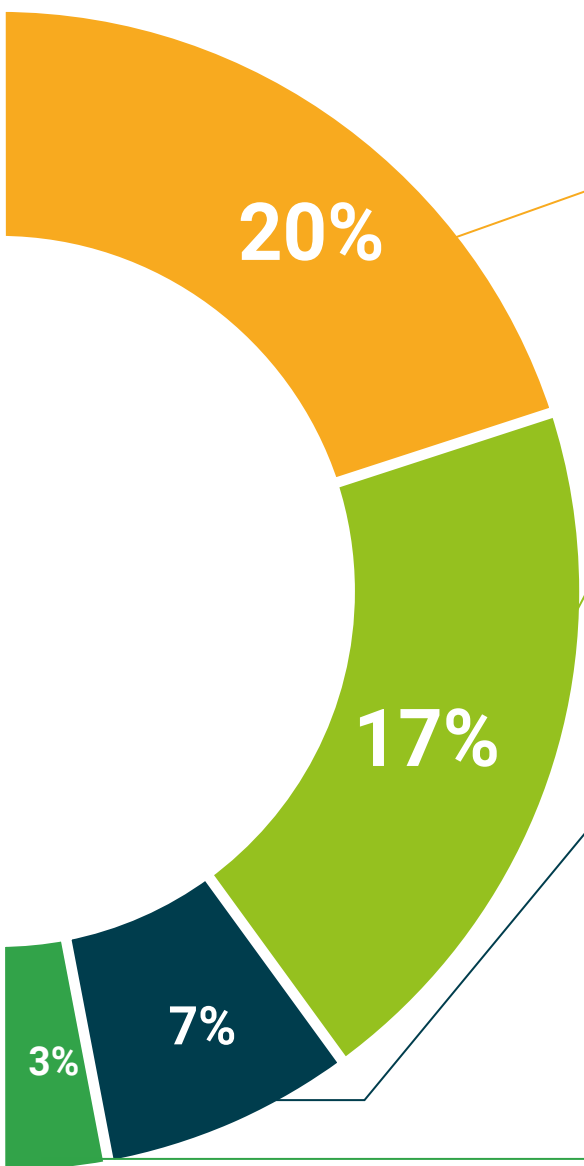
Ce système éducatif exclusif pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Études de cas dirigées par des experts

Un apprentissage efficace doit nécessairement être contextuel. Pour cette raison, TECH présente des développements de cas réels dans lesquels l'expert vous guidera dans le développement de l'attention et la résolution de différentes situations: une manière claire et directe d'atteindre le plus haut degré de compréhension.



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Guides d'action rapide

À TECH nous vous proposons les contenus les plus pertinents du cours sous forme de feuilles de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir à
vous soucier des déplacements ou des
formalités administratives”*

Ce **Certificat Avancé en Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier avec accusé de réception son diplôme correspondant de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Ce diplôme contribue de manière significative au développement de la formation continue des professionnels et confère une grande valeur universitaire à leur formation. Il est valable pour tous les concours ainsi que pour toutes les carrières professionnelles et les offres d'emploi.

Diplôme : **Certificat Avancé en Gestion Financière du Marketing Pharmaceutique**

Heures Officielles: **450 h.**





Certificat Avancé
Gestion Financière
du Marketing Pharmaceutique

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé
Gestion Financière
du Marketing Pharmaceutique

