

شهادة الخبرة الجامعية
التسويق المطبق على شبه
الصيدلية (البارافارماسي)



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية
التسويق المطبق على شبه
الصيدلية (البارافارماسي)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/pharmacy/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-parapharmacy

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

المؤهل العلمي

صفحة 30

01 المقدمة

تسمح منتجات المواد شبه الصيدلانية (البارافارماسي) بتنفيذ عدد أكبر من الإجراءات التسويقية المؤثرة مع العميل. هي حقيقة يجب أن تكون مربحة سواء من الناحية الاقتصادية أو من حيث صورة العلامة التجارية للشركات نفسها. في هذا الصدد، من الضروري أن يكون الصيدلة على دراية بأحدث الاتجاهات في هذا المجال وتطبيق الاستراتيجيات الأكثر نجاحًا لتحقيق تأثير أكبر. على هذا الأساس، قررت جامعة TECH إنشاء مؤهل علمي 100% عبر الإنترنت، والذي سيمكن الخريجين من تحديث معرفتهم بالمبيعات والترويج والتخطيط المحاسبي اللازم للأنواع المختلفة من شركات الصيدلة البارافارمسية في الأنواع المختلفة لشركات شبه صيدلانية. يرافق كل ذلك ثروة من المواد التعليمية التي ينتجها متخصصون حقيقيون في مجالات شبه الصيدلانية (البارافارماسي) والإعلان والاتصالات.



مؤهل علمي 100% عبر الإنترنت، بدون فصول دراسية ذات جداول
زمنية محددة ومكيفة مع الاحتياجات الحقيقية للصيادلة"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية في التسويق المطبق على شبه الصيدلية (البارافارماسي) على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدثاً في السوق، أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير دراسات الحالة التي يقدمها خبراء في الصيدلة
- ♦ يوفر المحتوى البياني والتخطيطي والعملية البارز للكتاب معلومات علمية وعملية عن تلك التخصصات الضرورية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها الخاص على المنهجيات المبتكرة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ إتاحة الوصول إلى المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

إن تنفيذ حملات الانتشار الفيروسي، أو ولاء العملاء من خلال العروض الترويجية، أو استخدام إمكانات التواصل الرقمي الجديدة ما هي إلا بعض الاستراتيجيات الأكثر فعالية في شبه الصيدلية (البارافارماسي). هو القطاع الذي زاد حجم مبيعاته، ويرجع الفضل في ذلك إلى حد كبير إلى توغله في الإنترنت والتنوع الكبير في المنتجات.

من هذا المنطلق، يجب على الصيدلي الموجه لهذا المجال أن يكون على دراية بأحدث المستجدات في استراتيجيات الإعلان، دون إغفال التخطيط الاقتصادي والمالي اللازم للحصول على أقصى قدر من الربحية. لهذا السبب، تجمع جامعة TECH في شهادة الخبرة الجامعية التسويق المطبق على شبه الصيدلية (البارافارماسي) أكثر المناهج تقدماً والتي يدرسها أفضل الخبراء في هذا المجال.

هذا برنامج مكثف مدته 540 ساعة تدريس، حيث سيتمكن الخريج من التعمق في نماذج الأعمال المختلفة الموجودة في الصناعة، وخصائصها الخاصة، والتي ستسمح له/لها بإجراء تحديث كامل. كما سيتطرق أيضاً إلى إجراءات المبيعات الرئيسية واكتساب العملاء في المجالين الفعلي والإلكتروني والمحاسبة المطلوبة في هذا النوع من الأعمال. يكتمل كل هذا بمواد تعليمية متعددة الوسائط، وقرءات أساسية ودراسات حالة يمكن الوصول إليها في أي وقت من اليوم، من أي جهاز إلكتروني متصل بالإنترنت.

بهذه الطريقة، يكون لدى المتخصص في مجال الصيدلة فرصة ممتازة ليكون على دراية بكل ما يحيط بالتسويق ودمجه في مشروعه. بالتالي، دون الحاجة إلى حضور الفصول الدراسية شخصياً أو بجدول زمنية مقيدة، سيتمكن الخريجون من إدارة وقت وصولهم والجمع بين مسؤولياتهم اليومية وشهادة جامعية عالية الجودة.



ستسمح لك دراسات الحالة في هذا المؤهل العلمي باختبار
قصص نجاح التسويق المنتشر ودمجها في مشروعك
الخاص في مجال المشروع شبه الصيدلة"

يزودك هذا المؤهل العلمي بالموارد التي تحتاجها لتنفيذ الأنشطة التجارية في مجالات المبيعات شبه الصيدلة.

برنامج يسمح لك بإتقان خطتك المالية والخزينة وتطبيقها على مشاريع شبه الصيدلية (البارافارماسي)

استكشف عالم الشبه صيدلية أو ذات الامتياز أو صيدليات التجزئة، وقتما تشاء، من جهازك الرقمي المتصل بالإنترنت"

يتضمن البرنامج في هيئة تدريسه المهنيين من القطاع الذين يصبون في هذا التدريب خبرة في عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من جمعيات مرجعية وجامعات مرموقة.

سيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على حل المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على مدار العام الدراسي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

02 الأهداف

الهدف من شهادة الخبرة الجامعية هذه هو تزويد الطلاب بأحدث المعارف حول الإجراءات التسويقية المستخدمة للترويج لأعمال شبه الصيدلية (البارافارماسي). من هذا المنطلق، تقدم جامعة TECH للخريجين فريق تدريس ممتاز يتمتع بخبرة واسعة في هذا القطاع. بالإضافة إلى ذلك، ستزودك دراسات الحالة برؤية أكثر مباشرة وواقعية حول الاستراتيجيات الأكثر فعالية لتوظيفها ودمجها في مشروعك التجاري.



هذه الشهادة الجامعية ستتيح لك تنفيذ خطة تسويقية كاملة
بنجاح لمشروعك في مجال شبه الصيدلية (البارافارماسي)

الأهداف العامة



- ♦ توسيع نطاق المعرفة بإدارة الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ تعزيز المهارات اللازمة لإنشاء وإدارة الشبه الصيدلية (البارافارماسي) عبر الإنترنت
- ♦ تعزيز أداء أعمال الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ تحليل استراتيجيات التسويق الأكثر فعالية في القطاع
- ♦ دمج أحدث التطورات التكنولوجية لبدء أو تكييف أدوية الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ كن على دراية بجميع أنواع المنتجات التي يمكن تسويقها من خلال الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ الخوض في سوق الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ تنفيذ التحليل والتمركز الرقمي الشبه الصيدلية (البارافارماسي)



هل تريد أن تكون على دراية بخطط المبيعات الأكثر كفاءة في الشبه الصيدلية (البارافارماسي) حقق أقصى استفادة من المحتوى المتقدم الذي يوفره هذا المؤهل العلمي"



الوحدة 1. Marketing Trade في المحل المحدد لبيع المواد الشبه الصيدلانية

- ♦ التعمق في الخصائص الرئيسية للتسويق التجاري
- ♦ تحليل الاتجاهات الجديدة في أرفف الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ احصل على نظرة حالية على مزايا Cashkeeper
- ♦ الخوض في التسويق عبر الهاتف المحمول المستخدم في الشبه الصيدلية (البارافارماسي)

الوحدة 2. ربحية الشبه الصيدلية (البارافارماسي)

- ♦ التعمق في المصطلحات الرئيسية للمحاسبة والتمويل في الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ اذكر استراتيجيات وخطط المبيعات الأكثر فعالية في الشبه الصيدلية (البارافارماسي)، بالإضافة إلى تصميم خطة مالية
- ♦ الحصول على أحدث المعلومات حول الأدوات المستخدمة في أبحاث المبيعات
- ♦ مواكبة أحدث البرامجيات الرئيسية المستخدمة في الشبه الصيدلية (البارافارماسي)

الوحدة 3. خطة التسويق في الشبه الصيدلية (البارافارماسي)

- ♦ تعزيز تنفيذ الإجراءات الموجهة نحو التسويق في مجال الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ الخوض في استراتيجيات المنتجات والتسعير المناسب في الشبه الصيدلية (البارافارماسي)
- ♦ بيان المبادئ التوجيهية لإنشاء الحملات التسويقية
- ♦ تحديد كيفية دمج التقنيات الجديدة لتعزيز تجربة التسوق للمستهلكين



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

لقد جمعت TECH فريقاً إدارياً وتدريبياً ممتازاً من قطاع الأدوية وقطاع التسويق والإعلان. طاقم تدريس متمرس يتميز بخلفيته المهنية الممتازة وصفاته الإنسانية. كلا العاملين سيسمح للطلاب بالحصول على تحديث ناجح لاستراتيجيات التسويق والظهور في مجال الشبه الصيدلية (البارافارماسي) من أفضل الخبراء. بالإضافة إلى ذلك، ستتمكن من طرح أي أسئلة قد تكون لديك حول محتوى هذا البرنامج طوال فترة انعقاده التي تمتد لستة أشهر.

لديك تحت تصرفك متخصصون حقيقيون في التسويق والشبه الصيدلية
(البارافارماسي) يتمتعون بخبرة مهنية واسعة في كلا القطاعين"



هيكل الإدارة

أ. Forner Puig, María José

- ♦ صيدلية متخصصة في منتجات العلاج بالنباتات في مختبرات Arkopharma
- ♦ مديرة التدريب في منطقة ليفانتي في مختبرات Arkopharma
- ♦ صيدلية مساعدة صيدلي في صيدلية Traver-Martin
- ♦ درجة الماجستير في علم التغذية والتغذية والتدريب الغذائي من جمعية Sefhor الإسبانية للتدريب
- ♦ خبيرة في التغذية وعلم التغذية والعلاج بالنباتات من قبل الجامعة الوطنية للتعليم عن بُعد
- ♦ دبلوم في التغذية الرياضية في كرة القدم من Barça Innovation Hub Universiti
- ♦ بكالوريوس في الصيدلة من جامعة فالنسيا



الأساتذة

أ. Sáenz Suárez, Lucía

- ♦ منسقة ورئيسة قسم الاعتماد في RICOSE
- ♦ صيدلية مساعدة صيدلي في صيدلية González García
- ♦ صيدلية مساعدة في صيدلية Moreno Menayo
- ♦ أخصائية منتجات في مختبر Arkopharma
- ♦ مندوبة مبيعات مستحضرات التجميل الجلدية في شركة A.G.FARMA
- ♦ مندوبة مبيعات Nestlé لتغذية الأطفال الرضع في المنطقة
- ♦ الزائرة الطبية لمجموعة Juste
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال من كلية التنظيم الصناعي (Escuela de Organización Industrial)
- ♦ شهادة الخبرة الجامعية في التغذية وعلم التغذية والعلاج بالنباتات في الطب المجتمعي من قبل الجامعة الوطنية للتعليم عن بُعد
- ♦ بكالوريوس في الصيدلة من جامعة إشبيلية

أ. Campos García, Silvia

- ♦ مؤسسة Con Principio Activo, الخاص بك farmacoach
- ♦ مديرة فندق في Grupo 3 Galeón
- ♦ صاحبة مكتب الصيدلية في صيدلية Silvia Campos
- ♦ مديرة مركز Beauty Sense للتجميل
- ♦ بكالوريوس في الصيدلة من جامعة CEU San Pablo

أ. Dubal, Lorena

- ♦ مديرة في صيدلية Trébol Guillem de Castro
- ♦ استشارية إرضاع من Educatra
- ♦ متخصصة في الصيدلة الجلدية ومستحضرات التجميل في جامعة Murcia
- ♦ محللة جلدي متعدد المناظير متخصص في علم أمراض المرضى
- ♦ بكالوريوس في الصيدلة



الهيكل والمحتوى

تم وضع المنهج الدراسي لشهادة الخبرة الجامعية هذه من قبل أعضاء هيئة تدريس متخصصة في التسويق والصيدلة. ينعكس كلا المجالين في المنهج الدراسي الذي يزود الصيدلة بأحدث الاستراتيجيات المستخدمة في التسويق التجاري، والتقنيات والأدوات اللازمة لوضع خطة تسويقية والإجراءات الأكثر فعالية لتحقيق أقصى قدر من الربحية في أي مشروع شبه الصيدلية (البارافارماسي). يكتمل كل هذا بأفضل المواد التعليمية التي يمكن للطلاب الوصول إليها على مدار 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع.



منهج دراسي نظري-عملي مدعوم بأقراص الوسائط المتعددة
والقراءات والعديد من الموارد التعليمية التي يمكنك الوصول
إليها على مدار 24 ساعة في اليوم"

الوحدة 1. التسويق التجاري المطبق على شبه الصيدلية (البارافارماسي)

- 6.1. Sell in, sell out في شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.6.1. الفروق بين Sell In و Sell Out
 - 2.6.1. ما هو Sell in ؟
 - 3.6.1. ما هو Sell out ؟
 - 4.6.1. Sell in و Sell out كمؤشرات أداء
- 7.1. الموردون ك partners
 - 1.7.1. مشاركة الموردين
 - 2.7.1. البضائع
 - 3.7.1. أنواع الموردين
 - 4.7.1. التأثير بين المورد و شبه الصيدلية (البارافارماسي)
- 8.1. التسويق عبر الهاتف المحمول في شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.8.1. التعريف
 - 2.8.1. الهياكل الرئيسية
 - 3.8.1. الأهداف
 - 4.8.1. متعدد الأجهزة
- 9.1. التسوق عبر الهاتف الاجتماعي في شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.9.1. التعريف
 - 2.9.1. الهياكل الرئيسية
 - 3.9.1. الأهداف
 - 4.9.1. تحليل المواقف والمعتقدات والقيم والسلوكيات
- 10.1. التسويق عبر الفيديو في شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.10.1. التعريف
 - 2.10.1. الهياكل الرئيسية
 - 3.10.1. الأهداف
 - 4.10.1. محتوى الفيديو وتنسيقه

- 1.1. التسويق التجاري: الوظائف
 - 1.1.1. تعريف التسويق التجاري
 - 2.1.1. وظائف التسويق التجاري شبه الصيدلية
 - 3.1.1. تقنيات التسويق التجاري الرئيسية
 - 4.1.1. 4 صفحات
- 2.1. رف شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.2.1. ما هو رف شبه الصيدلية (البارافارماسي)؟
 - 2.2.1. مستويات التعرض
 - 3.2.1. النقاط الساخنة
 - 4.2.1. النقاط الباردة
- 3.1. العداد
 - 1.3.1. نصائح للحصول على سطح عمل مبهر
 - 2.3.1. تخطيط العداد
 - 3.3.1. أهمية العداد
 - 4.3.1. وضع العداد الموسمي
- 4.1. الدرج الذكي Cashkeeper
 - 1.4.1. التعريف
 - 2.4.1. الهيكل
 - 3.4.1. ما الغرض منه
 - 4.4.1. فوائد الاستخدام
- 5.1. معرض شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.5.1. نصائح لنافذة متجر مبهرة
 - 2.5.1. تخطيط نافذة المتجر
 - 3.5.1. أهمية عرض النوافذ
 - 4.5.1. نافذة العرض الموسمية

- 6.2. أدوات لدراسة مبيعات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.6.2. تجربة التسوق للعملاء
 - 2.6.2. Upselling
 - 3.6.2. البيع التبادلي
 - 4.6.2. Packs
 - 5.6.2. تقديم تقنيات شبه الصيدلية (البارافارماسي) الخاص بك
- 7.2. الأرقام الضريبية الرئيسية في قطاع شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.7.2. أيهما تختار: شركة محدودة أو مجتمع السلع أو شركة محدودة تعمل لحسابها الخاص
 - 2.7.2. التكلفة الإضافية للمعادلة
- 8.2. أنواع الدفع
 - 1.8.2. المدفوعات للموردين
 - 2.8.2. تأجيل المدفوعات
- 9.2. خطة مالية
 - 1.9.2. خطة الاستثمار
 - 2.9.2. التقييم
 - 3.9.2. الميزانية التقديرة
 - 4.9.2. حساب الربح والخسارة المؤقت
 - 5.9.2. خطة الخزنة
- 10.2. هامش ربح شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.10.2. التفاوض مع الموردين
 - 2.10.2. وفورات في التكاليف في المشتريات
 - 3.10.2. خصومات الموردين للدفع الفوري
 - 4.10.2. زيادة ساعات عمل شبه الصيدلية (البارافارماسي)

الوحدة 2. ربحية الشبه الصيدلية (البارافارماسي)

- 1.2. المحاسبة والتمويل في شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.1.2. أساسيات المحاسبة
 - 2.1.2. الأصول في محاسبة شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 3.1.2. الخصوم في محاسبة شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 4.1.2. معدلات ضريبة القيمة المضافة. الضرائب
- 2.2. إدارة المشتريات
 - 1.2.2. الموردون
 - 2.2.2. إدارة Stocks
 - 3.2.2. المنتجات من النوع A.B.C
 - 4.2.2. أنواع المشتريات في شبه الصيدلية (البارافارماسي)
- 3.2. إدارة المبيعات
 - 1.3.2. مبيعات نشاط الصيدلية
 - 2.3.2. نقاط البيع كأداة مبيعات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 3.3.2. التكاليف والتنفقات
 - 4.3.2. صافي الربح
- 4.2. هامش المحل شبه الصيدلية (البارافارماسي) سعر البيع في المختبر، وسعر البيع بالتجزئة، وسعر البيع في الصيدلية
 - 1.4.2. ما هو سعر البيع في المختبر
 - 2.4.2. حساب سعر البيع بالتجزئة
 - 3.4.2. الهامش الصافي، الفروق بين سعر البيع في المختبر، وسعر البيع بالتجزئة، وسعر البيع في الصيدلية
 - 4.4.2. كيفية تحسين الهامش
 - 5.4.2. إطفاء الصيدلية
- 5.2. خطة مبيعات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.5.2. كيفية وضع خطة المبيعات
 - 2.5.2. ولاء العميل
 - 3.5.2. تخطيط حوافز المبيعات
 - 4.5.2. حوافز الموظفين للمبيعات

الوحدة 3. خطة التسويق للشبه الصيدلية (البارافارماسي)

- 1.3 مفاهيم التسويق
 - 1.1.3 مقدمة في التسويق العام
 - 2.1.3 استراتيجية المنتج
 - 3.1.3 استراتيجية الأسعار
 - 4.1.3 التقسيم وتحديد المواقع
- 2.3 الهدف خطة من التسويق المحل المحدد لبيع المواد شبه صيدلانية
 - 1.2.3 تعزيز تنفيذ الأنشطة التجارية في مجال مبيعات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 2.2.3 زيادة مبيعات المنتجات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 3.2.3 معدل دوران مخزون المنتجات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 4.2.3 معدل دوران مخزون المنتجات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
- 3.3 حملات التسويق شبه الصيدلية (البارافارماسي) الأنواع
 - 1.3.3 حملة ترويجية
 - 2.3.3 حملة الشهادات
 - 3.3.3 حملة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
 - 4.3.3 حملة إطلاق المنتج
- 4.3 خطوات خطة التسويق
 - 1.4.3 إجراء تحليل خارجي وداخلي، خارجيًا، من الضروري تقييم
 - 2.4.3 نقاط الضعف والتهديدات ونقاط القوة والفرص
 - 3.4.3 وضع استراتيجية التواصل وخطة العمل
 - 4.4.3 تخطيط خطة التسويق : الحملة التسويقية
 - 5.4.3 التواصل مع الفريق
 - 6.4.3 تقييم الحملة
- 5.3 ما هو التسويق الفيروسي في مجال شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.5.3 تعريف التسويق الفيروسي
 - 2.5.3 الكلام الشفهي
 - 3.5.3 نطاق التسويق الفيروسي
 - 4.5.3 أمثلة على التسويق الفيروسي

- 6.3 هوية شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.6.3 اتجاه الهوية
 - 2.6.3 التسويق الهوية
 - 3.6.3 تقنيات الهوية
 - 4.6.3 الاستنتاجات
- 7.3 تقنيات البيع التبادلي
 - 1.7.3 التعريف
 - 2.7.3 التقنيات الرئيسية
 - 3.7.3 تحقيق الربح
 - 4.7.3 أفضل الممارسات
- 8.3 Merchandising لشبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.8.3 أنواع Merchandising
 - 2.8.3 المصالح المختلفة لـ Merchandising
 - 3.8.3 المورد "صورة العلامة التجارية
 - 4.8.3 المستهلك: اختبار التشكيلة، والجاذبية
- 9.3 تجربة التسوق للمستهلكين
 - 1.9.3 نوع العميل
 - 2.9.3 إضفاء الطابع الشخصي
 - 3.9.3 التواصل مع العملاء
 - 4.9.3 تقنيات جديدة للتواصل مع العميل
- 10.3 تحليل مبيعات شبه الصيدلية (البارافارماسي)
 - 1.10.3 المنتجات الأكثر مبيعاً
 - 2.10.3 تناوب المخزون، الدورية
 - 3.10.3 R.O.I
 - 4.10.3 المنتجات الأقل مبيعاً إزالة stock



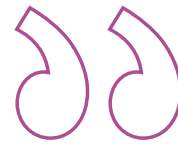
المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).



اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"





في جامعة TECH نستخدم منهج دراسة الحالة

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ خلال البرنامج، ستواجه العديد من الحالات السريرية المحاكية بناءً على مرضى حقيقيين وسيتعين عليك فيها التحقيق ووضع الفرضيات وأخيراً حل الموقف. هناك أدلة علمية وفيرة على فعالية المنهج. حيث يتعلم الصيادلة بشكل أفضل وأسرع وأكثر استدامة مع مرور الوقت.

مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم.

وفقاً للدكتور Gérvas، فإن الحالة السريرية هي العرض المشروح لمرضى، أو مجموعة من المرضى، والتي تصبح «حالة»، أي مثالاً أو نموذجاً يوضح بعض العناصر السريرية المميزة، إما بسبب قوتها التعليمية، أو بسبب تفرداها أو ندرتها. لذا فمن الضروري أن تستند الحالة إلى الحياة المهنية الحالية، في محاولة لإعادة إنشاء عوامل التكييف الحقيقية في الممارسة المهنية للصيدلي.



هل تعلم أن هذا المنهج تم تطويره عام 1912 في جامعة هارفارد للطلاب دارسي القانون؟ وكان يمثل منهج دراسة الحالة في تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم لكي يقوموا باتخاذ القرارات وتبرير كيفية حلها. وفي عام 1924 تم تأسيسها كمنهج تدريس قياسي في جامعة هارفارد"

تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. المبادلة الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.
2. يركز المنهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.
3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة في الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.



سوف يتعلم الصيدلي من خلال الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة في بيئات التعلم المحاكاة. تم تطوير هذه المحاكاة من أحدث البرامج التي تسهل التعلم الغامر.

في طليعة المناهج التربوية في العالم، تمكنت منهجية إعادة التعلم من تحسين مستويات الرضا العام للمهنيين، الذين أكملوا دراساتهم، فيما يتعلق بمؤشرات الجودة لأفضل جامعة عبر الإنترنت في البلدان الناطقة بالإسبانية (جامعة كولومبيا).

من خلال هذه المنهجية، قمنا بتدريب أكثر من 115000 صيدلي بنجاح غير مسبق، في جميع التخصصات السريرية بغض النظر عن العبء الجراحي. تم تطوير هذه المنهجية التربوية في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلم ثم نطرح ماتعلمناه جانباً فننساه ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي.

النتيجة الإجمالية التي حصل عليها نظام التعلم في TECH هي 8.01، وفقاً لأعلى المعايير الدولية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل الصيادلة الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموماً حقاً.

ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطالب.

أحدث التقنيات والإجراءات المعروضة في الفيديوهات



تقرب TECH الطلاب من أحدث التقنيات، إلى أحدث التطورات التعليمية، في طليعة الأحداث الجارية في إجراءات الرعاية الصيدلانية. كل هذا، بضمير المتكلم، بأقصى درجات الصرامة، موضحاً ومفصلاً للمساهمة في الاستيعاب والفهم، وأفضل ما في الأمر أنه يمكنك مشاهدتها عدة مرات كما تريد.

ملخصات تفاعلية

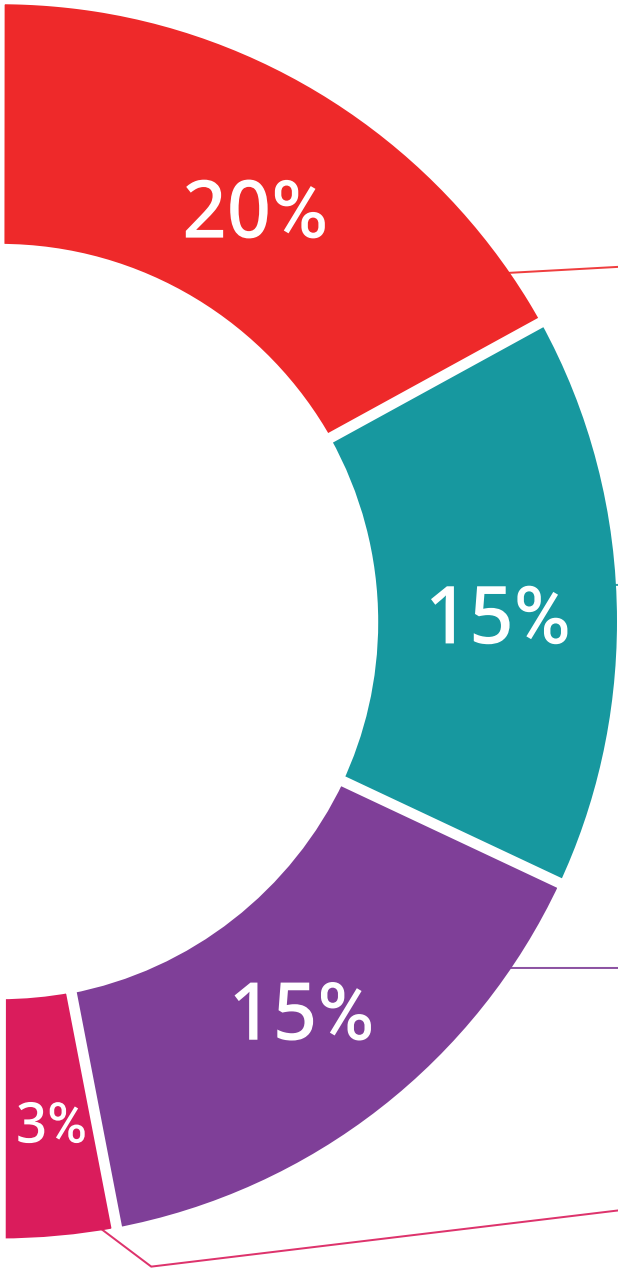


يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية، من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





تحليل الحالات التي تم إعدادها من قبل الخبراء وإرشاد منهم

يجب أن يكون التعلم الفعال بالضرورة سياقياً. لذلك، تقدم TECH تطوير حالات واقعية يقوم فيها الخبير بإرشاد الطالب من خلال تنمية الانتباه وحل المواقف المختلفة: طريقة واضحة ومباشرة لتحقيق أعلى درجة من الفهم.



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم: حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



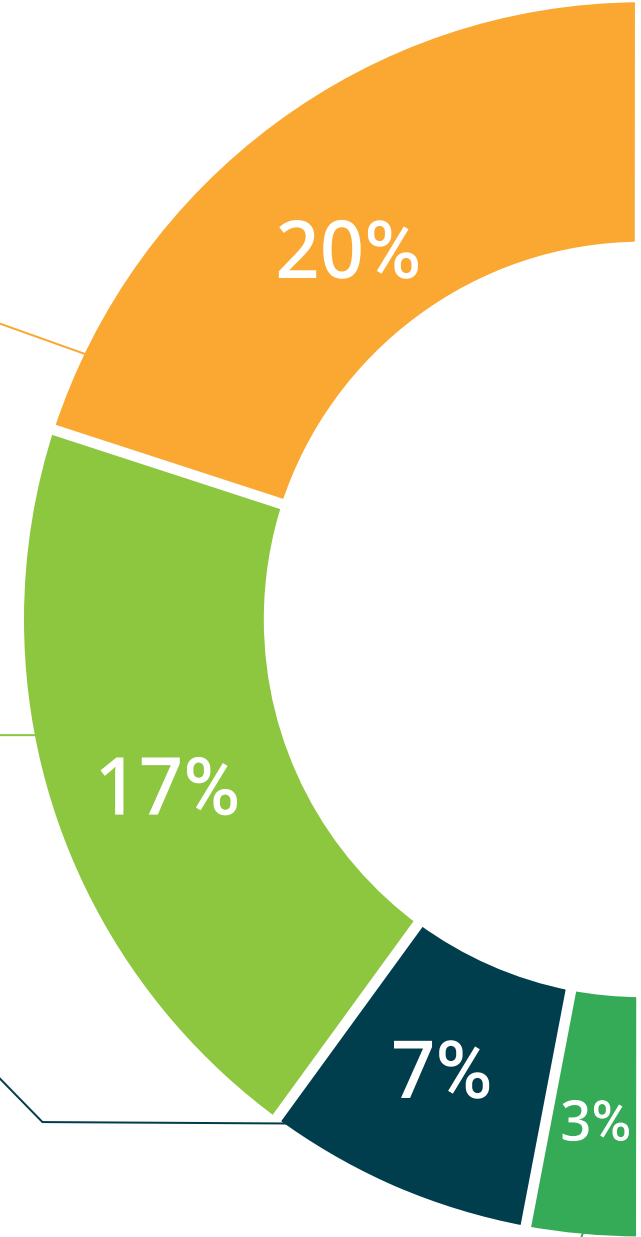
المحاضرات الرئيسية

هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.



إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم جامعة TECH المحتويات الأكثر صلة بالمحاضرة الجامعية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



المؤهل العلمي

تضمن لك شهادة الخبرة الجامعية في التسويق المطبق على شبه الصيدلية (البارافارماسي)، بالإضافة إلى التدريب الأكثر صرامة وحداثة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



استكمل هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية
دون عناء السفر أو المعاملات الورقية"



تحتوي ال شهادة الخبرة الجامعية في التسويق المطبق على شبه الصيدلية (البارافارماسي) البرنامج العلمية الأكثر اكتمالا و حداثة في السوق.
بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل ال محاضرة الجامعية الصادرعن **TECH الجامعة التكنولوجية**.

إن المؤهل الصادرعن **TECH الجامعة التكنولوجية** سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج المحاضرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في التسويق المطبق على شبه الصيدلية (البارافارماسي)

طريقة: عبر الإنترنت

مدة : 6 أشهر



المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

tech الجامعة
التكنولوجية

الحاضر

الابتكار

الحاضر

الجودة

شهادة الخبرة الجامعية

التسويق المطبق على شبه

الصيدلية (البارافارماسي)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

شهادة الخبرة الجامعية
التسويق المطبق على شبه
الصيدلية (البارافارماسي)