

# Курс профессиональной подготовки Маркетинг в парафармацевтической компании





## Курс профессиональной подготовки

### Маркетинг в парафармацевтической КОМПАНИИ

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/pharmacy/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-parapharmacy](http://www.techitute.com/ru/pharmacy/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-parapharmacy)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Руководство курса

---

стр. 12

04

Структура и содержание

---

стр. 16

05

Методика обучения

---

стр. 22

06

Квалификация

---

стр. 32

# 01

# Презентация

Парафармацевтическая продукция позволяет проводить большее количество эффективных маркетинговых акций с потребителем. Это должно быть выгодно как с экономической точки зрения, так и с точки зрения имиджа бренда самого предприятия.

В связи с этим фармацевтам важно быть в курсе последних тенденций в этой области и применять наиболее успешные стратегии для достижения большего эффекта. В связи с этим ТЕСН решил создать 100% онлайн-программу, которая позволит студентам обновить свои знания в области продаж, продвижения и бухгалтерского планирования, необходимых в различных типах парафармацевтических компаний. Все это сопровождается насыщенным учебным материалом, подготовленным настоящими специалистами в области фармацевтики, рекламы и коммуникаций.



““

*100% онлайн-программа, без занятий с фиксированным расписанием и адаптированная к реальным потребностям фармацевтов”*

Проведение вирусных кампаний, повышение лояльности клиентов с помощью промоакций или использование новых возможностей цифровой коммуникации - вот лишь некоторые из наиболее эффективных стратегий в области парафармации. Сектор, который увеличил свой оборот во многом благодаря выходу в Интернет и широкому разнообразию продукции.

В этом смысле фармацевт, ориентированный на эту сферу, должен быть в курсе последних тенденций в рекламных стратегиях, не упуская из виду необходимое экономико-финансовое планирование для получения максимальной рентабельности. По этой причине ТЕСН объединяет в этом Курсе профессиональной подготовки в области маркетинга в парафармацевтической компании материалы самого передового учебного плана, который преподают лучшие эксперты в этой области.

Это интенсивная программа, в рамках которой студент сможет углубиться в различные бизнес-модели, существующие в отрасли, их особенности, что позволит ему пройти полное обновление знаний. Также будут рассмотрены основные действия по продажам, привлечение клиентов как в физическом, так и в онлайн-пространстве и бухгалтерский учет, необходимый в этом виде бизнеса. Все это дополняется мультимедийными учебными материалами, основной литературой и практическими кейсами, доступ к которым можно получить в любое время суток с электронного устройства, подключенного к Интернету.

Таким образом, у фармацевта появляется отличная возможность быть в курсе всего, что окружает маркетинг, и интегрировать это в свой проект. Студентам не придется посещать занятия лично или по фиксированному расписанию, они смогут самостоятельно распоряжаться своим свободным временем и совмещать повседневные обязанности с получением качественного университетского образования.

### Курс профессиональной подготовки в области маркетинга

**в парафармацевтической компании** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области фармацевтики
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



*Кейс-стади этой программы позволят вам проверить истории успеха вирусного маркетинга и интегрировать их в свой собственный парафармацевтический проект"*

“

*Углубитесь в мир частных, франчайзинговых или розничных парафармацевтических компаний, когда захотите, с вашего цифрового устройства с подключением к Интернету”*

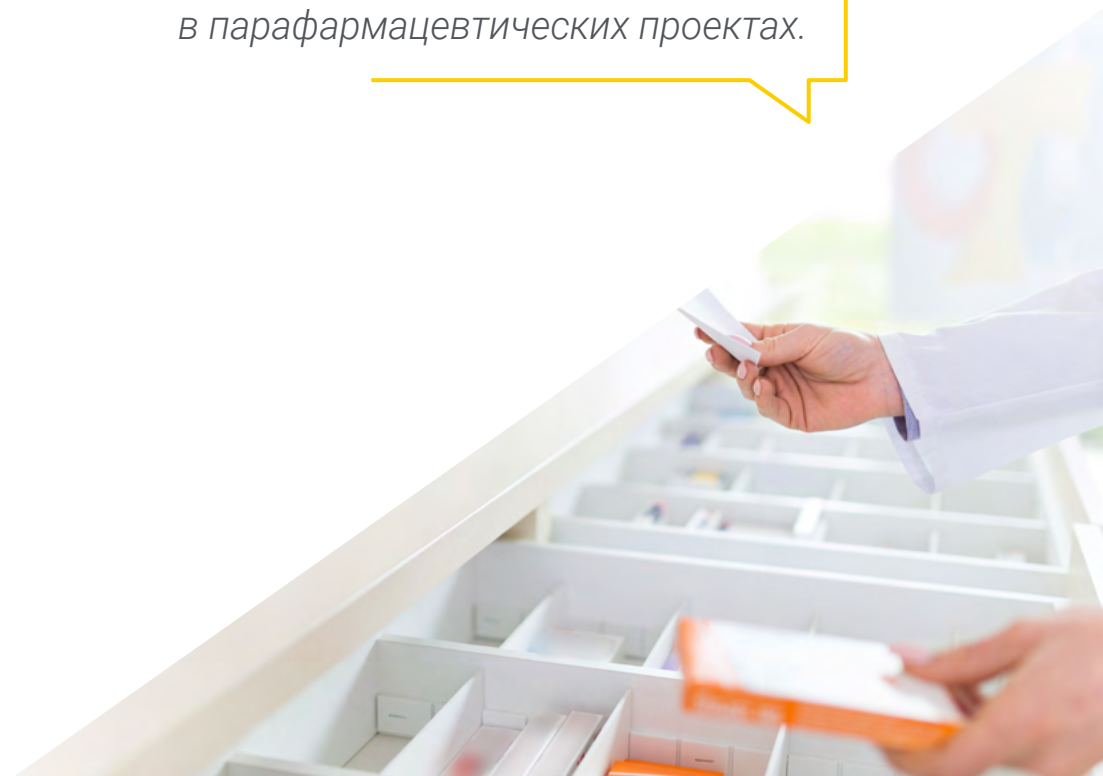
В преподавательский состав программы входят профессионалы из данного сектора, которые привносят в обучение опыт своей работы, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом студенту поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

*С помощью этой программы приобретите ресурсы, необходимые для осуществления коммерческой деятельности в парафармацевтических отделах продаж.*

*Программа, которая позволит вам усовершенствовать свой финансовый и казначейский план и применить его в парафармацевтических проектах.*



# 02

## Цели

Цель данного Курса профессиональной подготовки - предоставить студентам самые актуальные знания о маркетинговых действиях, используемых для продвижения парафармацевтического бизнеса. В этом смысле ТЕСН предлагает студентам отличную команду преподавателей с большим опытом работы в этом секторе. Кроме того, кейс-стади позволят вам получить гораздо более непосредственное и реальное представление о наиболее эффективных стратегиях, которые можно применить и интегрировать в ваш бизнес-проект.







“

*Это университетская программа, которая позволит вам успешно реализовать полноценный маркетинговый план для вашего парафармацевтического проекта”*



## Общие цели

---

- ♦ Расширить знания в области управления парафармацевтической компанией
- ♦ Повысить навыки создания и управления онлайн парафармацевтической компанией
- ♦ Увеличить эффективность парафармацевтического бизнеса
- ♦ Проанализировать наиболее эффективные маркетинговые стратегии в данном секторе
- ♦ Использовать последние технологические инновации для запуска или адаптации парафармацевтических проектов
- ♦ Знать обо всех видах продукции, реализуемой через парафармацевтические компании
- ♦ Изучить парафармацевтический рынок
- ♦ Реализовать анализ и цифровое позиционирование парафармацевтической компании

“

*Хотите быть в курсе самых эффективных планов продаж в парафармацевтической компании? Получите максимальную отдачу от расширенного содержания, предоставленного в этой программе”*





## Конкретные цели

---

### Модуль 1. Торговый маркетинг в парафармацевтической компании

- ◆ Углубиться в основные характеристики *торгового* маркетинга
- ◆ Проанализировать новые тенденции в области парафармации
- ◆ Получить актуальное представление о преимуществах *Cashkeeper*
- ◆ Изучить возможности мобильного маркетинга, используемого в области парафармации

### Модуль 2. Рентабельность парафармацевтической компании

- ◆ Углубиться в основные бухгалтерские и финансовые термины парафармацевтической компании
- ◆ Указать на наиболее эффективные стратегии и планы продаж в парафармацевтической компании, а также разработать финансовый план
- ◆ Получить самую актуальную информацию о применяемых инструментах исследования продаж
- ◆ Быть в курсе основного программного обеспечения, используемого в парафармации

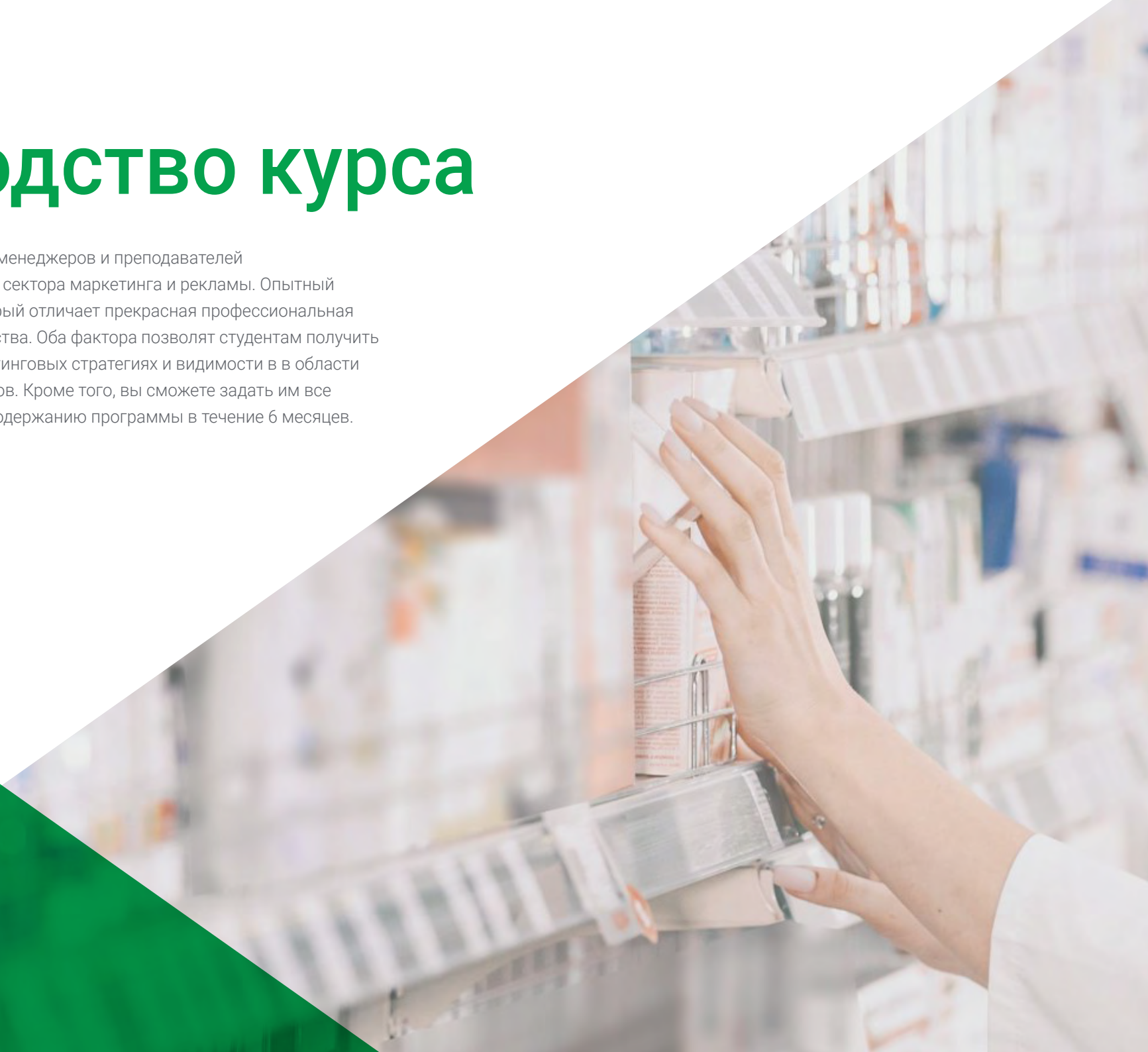
### Модуль 3. Маркетинговый план для парафармацевтической компании

- ◆ Способствовать реализации маркетингово-ориентированных мероприятий в торговом пространстве парафармацевтической компании
- ◆ Рассмотреть товарные стратегии и соответствующее ценообразование в парафармацевтической компании
- ◆ Обозначить рекомендации по созданию маркетинговых кампаний
- ◆ Определить, как внедрить новые технологии, чтобы улучшить покупательский опыт

# 03

## Руководство курса

ТЕСН собрал отличную команду менеджеров и преподавателей из фармацевтического сектора и сектора маркетинга и рекламы. Опытный преподавательский состав, который отличает прекрасная профессиональная подготовка и человеческие качества. Оба фактора позволят студентам получить успешную информацию о маркетинговых стратегиях и видимости в области парафармазии от лучших экспертов. Кроме того, вы сможете задать им все интересующие вас вопросы по содержанию программы в течение 6 месяцев.



“

*У вас будут настоящие специалисты  
в области маркетинга и парафармации  
с большим профессиональным  
опытом в обеих отраслях”*

## Руководство



### Г-жа Форнер Пуиг, Мария Хосе

- Фармацевт, специалист в области фитопрепаратов в Laboratorios Arkopharma
- Менеджер по обучению в районе Леванте в Laboratorios Arkopharma
- Помощник фармацевта в аптеке Traver-Martin
- Степень магистра в области диетологии, питания и диетологического коучинга от Испанского общества образования Sefhor
- Курс профессиональной подготовки по питанию, диетологии и фитотерапии в UNED
- Университетский курс по спортивному питанию в футболе от Barça Innovation Hub University
- Степень бакалавра в области фармацевтики Университета Валенсии



## Преподаватели

### Г-жа Саенс Суарес, Люсия

- ◆ Координатор и руководитель отдела аккредитации в RICOFSE
- ◆ Помощник фармацевта в аптеке González García
- ◆ Помощник фармацевта в аптеке Moreno Menayo
- ◆ Специалист по продукции в Laboratorio Arkopharma
- ◆ Делегат по продажам дермокосметики в A.G.FARMA
- ◆ Делегат по продажам в области детского питания в Nestlé
- ◆ Медицинский посетитель в компании Juste Group
- ◆ Степень магистра делового администрирования в Школе промышленной организации
- ◆ Курс профессиональной подготовки в области питания, диетологии и фитотерапии в общественной медицине в UNED
- ◆ Степень бакалавра фармацевтики Севильского университета

### Г-жа Кампос Гарсия, Сильвия

- ◆ Основатель Con Principio Activo, tu *farmacoach*
- ◆ Управляющий отелем в Grupo 3 Galeón
- ◆ Управляющий аптечным пунктом в аптеке C Silvia Campos
- ◆ Менеджер центра красоты в Beauty Sense
- ◆ Степень бакалавра фармацевтики в Университете CEU Сан-Пабло

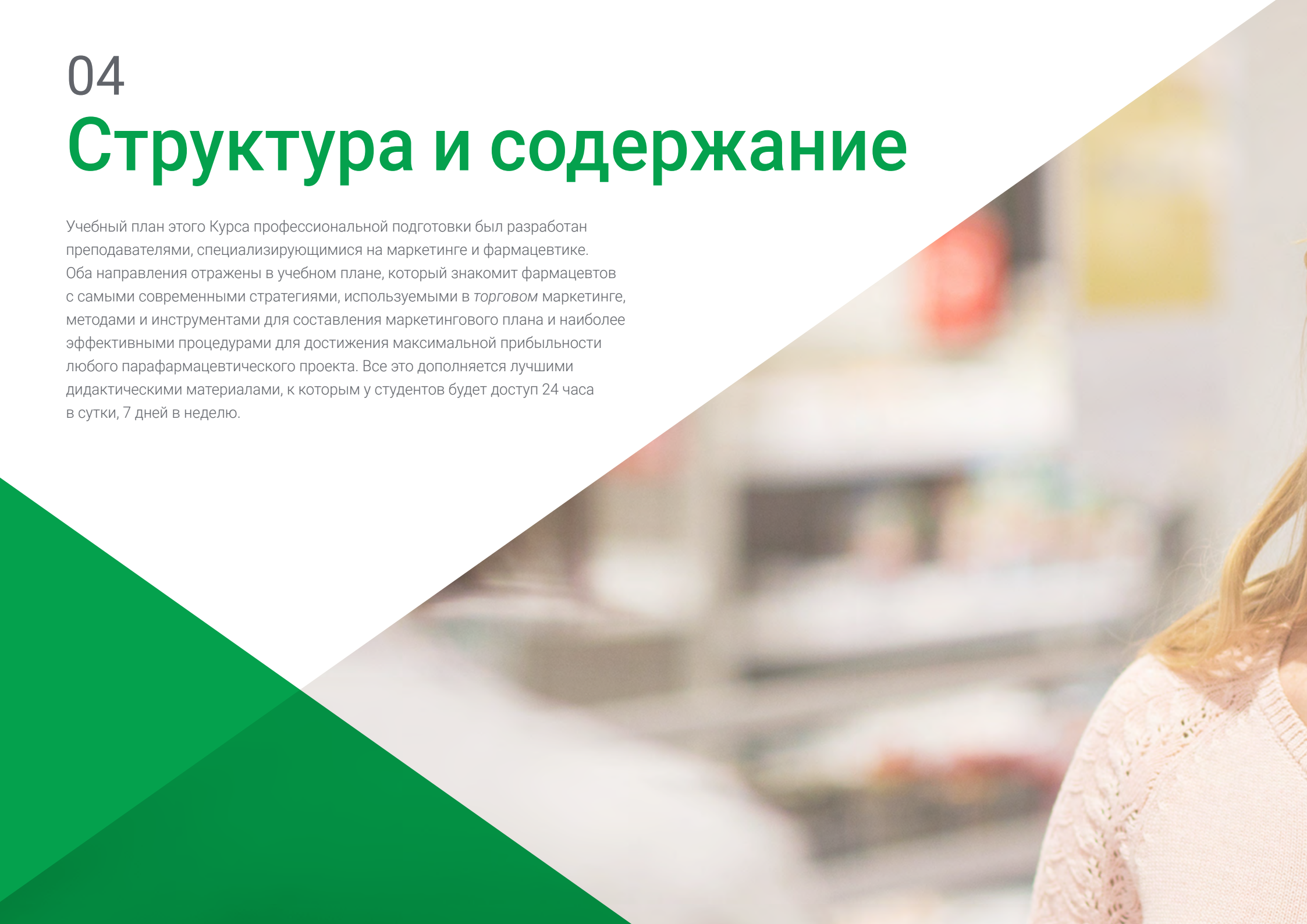
### Г-жа Дубаль, Лорена

- ◆ Заведующая аптекой Trébol Guillem de Castro
- ◆ Консультант по лактации от Educatra
- ◆ Специализация в области дермофармацевтики и косметика Университета Мурсии
- ◆ Специалист в области применения дермоанализатора Multidermascope при патологиях у пациентов
- ◆ Степень бакалавра в области фармацевтики

04

# Структура и содержание

Учебный план этого Курса профессиональной подготовки был разработан преподавателями, специализирующимися на маркетинге и фармацевтике. Оба направления отражены в учебном плане, который знакомит фармацевтов с самыми современными стратегиями, используемыми в торговом маркетинге, методами и инструментами для составления маркетингового плана и наиболее эффективными процедурами для достижения максимальной прибыльности любого парафармацевтического проекта. Все это дополняется лучшими дидактическими материалами, к которым у студентов будет доступ 24 часа в сутки, 7 дней в неделю.





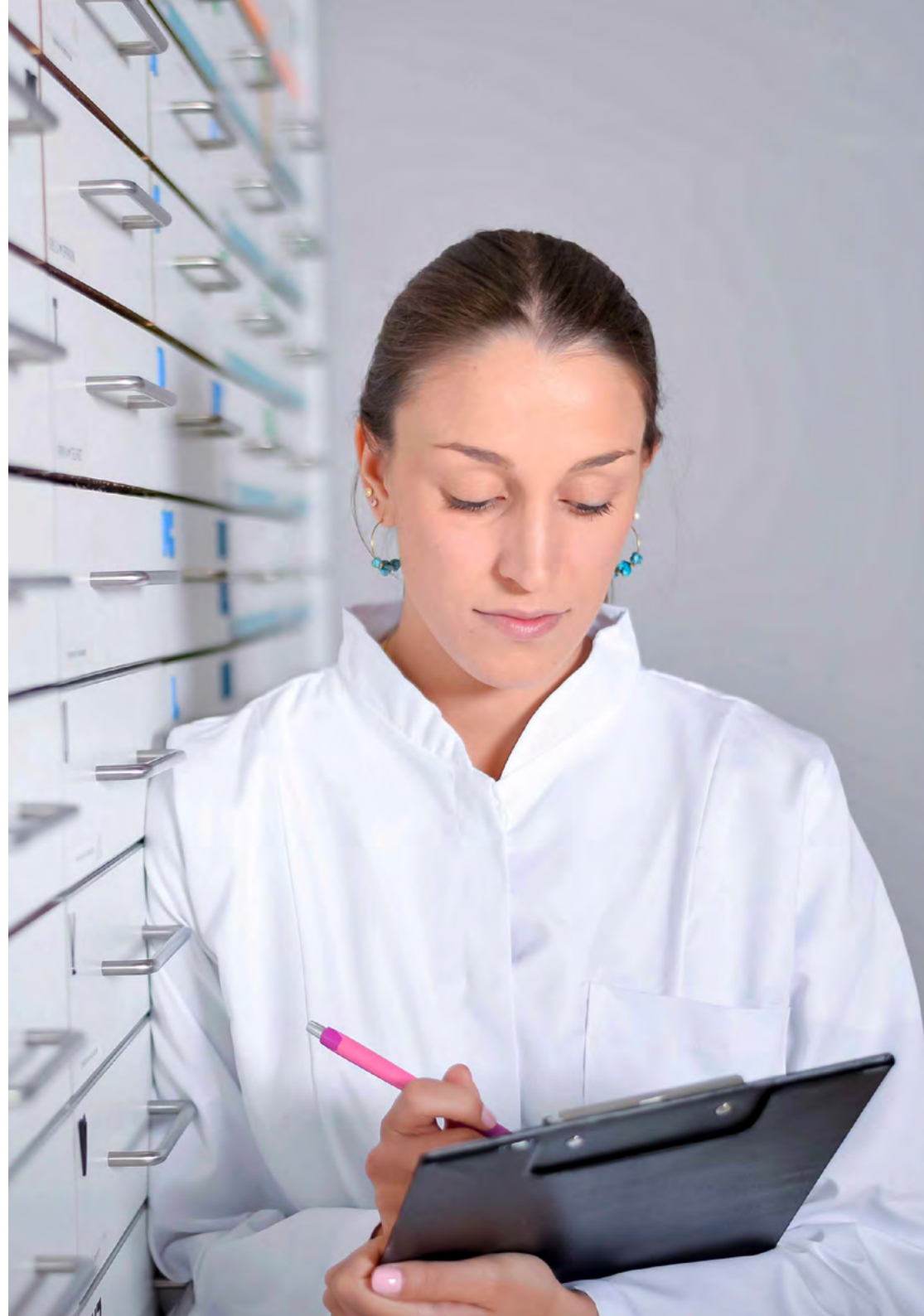


“

*Теоретико-практическая программа, дополненная мультимедийными ресурсами, литературой и многочисленными дидактическими материалами, к которым вы можете получить доступ 24 часа в сутки”*

## Модуль 1. Торговый маркетинг в парафармацевтической компании

- 1.1. Торговый маркетинг: функции
  - 1.1.1. Определение *торгового* маркетинга
  - 1.1.2. Роли фармацевтического *торгового* маркетинга
  - 1.1.3. Основные методы *торгового* маркетинга
  - 1.1.4. 4 P
- 1.2. Стеллажи в парафармацевтической компании
  - 1.2.1. Что такое стеллаж в парафармацевтической компании
  - 1.2.2. Уровни экспозиции товаров
  - 1.2.3. Горячие зоны
  - 1.2.4. Холодные зоны
- 1.3. Прилавки
  - 1.3.1. Рекомендации по созданию эффективного прилавка
  - 1.3.2. Распределение продукции на прилавке
  - 1.3.3. Важность прилавка
  - 1.3.4. Размещение на прилавках сезонных товаров
- 1.4. Кассовый аппарат *Cashkeeper*
  - 1.4.1. Определение
  - 1.4.2. Структура
  - 1.4.3. Для чего они используются
  - 1.4.4. Преимущества использования
- 1.5. Витрина парафармацевтической компании
  - 1.5.1. Рекомендации по оформлению эффективной витрины
  - 1.5.2. Распределение продукции в витрине
  - 1.5.3. Важность витрины
  - 1.5.4. Размещение на витрине сезонных товаров
- 1.6. *Sell In* и *Sell Out* в парафармацевтике
  - 1.6.1. Различия между *Sell In* и *Sell Out*
  - 1.6.2. Что такое *Sell In*?
  - 1.6.3. Что такое *Sell out*?
  - 1.6.4. *Sell In* и *Sell Out* как показатели эффективности



- 1.7. Поставщики как *партнеры*
    - 1.7.1. Участие поставщиков
    - 1.7.2. *Мерчандайзинг*
    - 1.7.3. Тип поставщиков
    - 1.7.4. Синергия между поставщиком и парафармацевтической компанией
  - 1.8. Мобильный маркетинг в парафармацевтической компании
    - 1.8.1. Определение
    - 1.8.2. Основные структуры
    - 1.8.3. Цели
    - 1.8.4. Мультиустройства
  - 1.9. Социальный маркетинг в парафармацевтической компании
    - 1.9.1. Определение
    - 1.9.2. Основные структуры
    - 1.9.3. Цели
    - 1.9.4. Анализ установок, убеждений, ценностей и поведения
  - 1.10. Видео маркетинг в парафармацевтической компании
    - 1.10.1. Определение
    - 1.10.2. Основные структуры
    - 1.10.3. Цели
    - 1.10.4. Содержание и формат видеоматериалов
- Модуль 2. Рентабельность парафармацевтической компании**
- 2.1. Бухгалтерский учет и финансы парафармацевтической компании
    - 2.1.1. Основы бухгалтерского учета
    - 2.1.2. Учет активов в парафармацевтической компании
    - 2.1.3. Обязательства в бухгалтерском учете в парафармацевтической компании
    - 2.1.4. Налоговые ставки НДС. Налоги
  - 2.2. Управление поставками
    - 2.2.1. Поставщики
    - 2.2.2. Управление складскими запасами
    - 2.2.3. Продукты А.В.С
    - 2.2.4. Виды закупок в парафармацевтической компании
  - 2.3. Управление продажами
    - 2.3.1. Реализация деятельности аптеки
    - 2.3.2. POS как инструмент продаж в парафармацевтической компании
    - 2.3.3. Затраты и расходы
    - 2.3.4. Чистая прибыль
  - 2.4. Маржа парафармацевтической компании. Отпускная цена лаборатории, отпускная цена в аптеке, розничная цена
    - 2.4.1. Что такое отпускная цена лаборатории?
    - 2.4.2. Расчет розничной цены
    - 2.4.3. Чистая маржа и различия между отпускной ценой лаборатории, отпускной ценой в аптеке и розничной ценой
    - 2.4.4. Как увеличить маржу
    - 2.4.5. Амортизация аптеки
  - 2.5. План продаж для парафармацевтической компании
    - 2.5.1. Как составить план продаж
    - 2.5.2. Лояльность клиентов
    - 2.5.3. Планирование стимулирования продаж
    - 2.5.4. Стимулирование персонала к повышению продаж
  - 2.6. Инструменты для изучения продаж парафармацевтической компании
    - 2.6.1. Опыт совершения покупок клиентами
    - 2.6.2. *Повышение продаж*
    - 2.6.3. Перекрестные продажи
    - 2.6.4. Наборы
    - 2.6.5. Техника проведения тендера для парафармацевтической компании
  - 2.7. Основные налоговые показатели в секторе парафармации
    - 2.7.1. Что выбрать: ООО, общая собственность, АО или ИП
    - 2.7.2. Надбавка за эквивалентность
  - 2.8. Виды оплаты
    - 2.8.1. Выплаты поставщикам
    - 2.8.2. Отсрочка платежей
  - 2.9. Финансовый план
    - 2.9.1. Инвестиционный план
    - 2.9.2. Баланс
    - 2.9.3. Кассовый бюджет
    - 2.9.4. Промежуточный отчет прибылях и убытках
    - 2.9.5. Казначейский план

- 2.10. Маржа прибыли парафармацевтической компании
  - 2.10.1. Ведение переговоров с поставщиками
  - 2.10.2. Экономия средств при закупках
  - 2.10.3. Скидки от поставщиков за оперативную оплату
  - 2.10.4. Увеличение часов работы парафармацевтической компании

### Модуль 3. Маркетинговый план для парафармацевтической компании

- 3.1. Концепции маркетинга
  - 3.1.1. Введение в общий маркетинг
  - 3.1.2. Товарная стратегия
  - 3.1.3. Стратегия ценообразования
  - 3.1.4. Сегментация и позиционирование
- 3.2. Цель маркетингового плана в парафармацевтической компании
  - 3.2.1. Способствовать реализации коммерческих мероприятий в области продаж парафармацевтической продукции
  - 3.2.2. Увеличить продажи парафармацевтической продукции
  - 3.2.3. Ротация товарных запасов парафармацевтической продукции
  - 3.2.4. Укрепление бренда парафармацевтической продукции и противодействие конкурентам
- 3.3. Маркетинговые кампании для парафармацевтической продукции. Типы
  - 3.3.1. Рекламная кампания
  - 3.3.2. Кампания по сбору отзывов
  - 3.3.3. Маркетинговая кампания в социальных сетях
  - 3.3.4. Кампания по выводу продукта на рынок
- 3.4. Шаги маркетингового плана
  - 3.4.1. Провести внешний и внутренний анализ. Внешне необходимо оценить
  - 3.4.2. SWOT-анализ
  - 3.4.3. Разработка коммуникационной стратегии и плана действий
  - 3.4.4. Планирование маркетингового плана: кампания
  - 3.4.5. Коммуникация с коллективом
  - 3.4.6. Оценка результатов кампании



- 3.5. Что такое вирусный маркетинг в парафармацевтической компании?
  - 3.5.1. Определение вирусного маркетинга
  - 3.5.2. Сарафанный маркетинг
  - 3.5.3. Сфера применения вирусного маркетинга
  - 3.5.4. Примеры вирусного маркетинга
- 3.6. Идентичность парафармацевтической компании
  - 3.6.1. Тенденция идентичности
  - 3.6.2. Маркетинг идентичности
  - 3.6.3. Техники идентификации
  - 3.6.4. Выводы
- 3.7. Техники перекрестных продаж
  - 3.7.1. Определение
  - 3.7.2. Основные техники
  - 3.7.3. Получение прибыли
  - 3.7.4. Лучшие практические методы
- 3.8. *Мерчандайзинг* в парафармацевтической компании
  - 3.8.1. Типы мерчандайзинга
  - 3.8.2. Различные цели *мерчандайзинга*
  - 3.8.3. Создатель имиджа торговой марки
  - 3.8.4. Потребитель: выбор ассортимента, привлекательность товара
- 3.9. Потребительский опыт совершения покупок
  - 3.9.1. Типы клиентов
  - 3.9.2. Персонализация
  - 3.9.3. Коммуникация с клиентами
  - 3.9.4. Новые технологии общения с клиентом
- 3.10. Анализ продаж парафармацевтической продукции
  - 3.10.1. Самые продаваемые товары
  - 3.10.2. Ротация, периодичность пополнения склада
  - 3.10.3. R.O.I
  - 3.10.4. Наименее продаваемые продукты. Ликвидация запасов

05

# Методика обучения

TECH – первый в мире университет, объединивший метод *кейс-стади* с *Relearning*, системой 100% онлайн-обучения, основанной на направленном повторении.

Эта инновационная педагогическая стратегия была разработана для того, чтобы предложить профессионалам возможность обновлять свои знания и развивать навыки интенсивным и эффективным способом. Модель обучения, которая ставит студента в центр учебного процесса и отводит ему ведущую роль, адаптируясь к его потребностям и оставляя в стороне более традиционные методологии.



“

*TECH подготовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”*

## Студент — приоритет всех программ ТЕСН

В методике обучения ТЕСН студент является абсолютным действующим лицом. Педагогические инструменты каждой программы были подобраны с учетом требований к времени, доступности и академической строгости, которые предъявляют современные студенты и наиболее конкурентоспособные рабочие места на рынке.

В асинхронной образовательной модели ТЕСН студенты сами выбирают время, которое они выделяют на обучение, как они решат выстроить свой распорядок дня, и все это — с удобством на любом электронном устройстве, которое они предпочитают. Студентам не нужно посещать очные занятия, на которых они зачастую не могут присутствовать. Учебные занятия будут проходить в удобное для них время. Вы всегда можете решить, когда и где учиться.

“

*В ТЕСН у вас НЕ будет занятий в реальном времени, на которых вы зачастую не можете присутствовать”*





### Самые обширные учебные планы на международном уровне

TECH характеризуется тем, что предлагает наиболее обширные академические планы в университетской среде. Эта комплексность достигается за счет создания учебных планов, которые охватывают не только основные знания, но и самые последние инновации в каждой области.

Благодаря постоянному обновлению эти программы позволяют студентам быть в курсе изменений на рынке и приобретать навыки, наиболее востребованные работодателями. Таким образом, те, кто проходит обучение в TECH, получают комплексную подготовку, которая дает им значительное конкурентное преимущество для продвижения по карьерной лестнице.

Более того, студенты могут учиться с любого устройства: компьютера, планшета или смартфона.

“

*Модель TECH является асинхронной, поэтому вы можете изучать материал на своем компьютере, планшете или смартфоне в любом месте, в любое время и в удобном для вас темпе”*

## Case studies или метод кейсов

Метод кейсов является наиболее распространенной системой обучения в лучших бизнес-школах мира. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты юридических факультетов не просто изучали законы на основе теоретических материалов, он также имел цель представить им реальные сложные ситуации. Таким образом, они могли принимать взвешенные решения и выносить обоснованные суждения о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

При такой модели обучения студент сам формирует свою профессиональную компетенцию с помощью таких стратегий, как *обучение действием* (learning by doing) или *дизайн-мышление* (design thinking), используемых такими известными учебными заведениями, как Йель или Стэнфорд.

Этот метод, ориентированный на действия, будет применяться на протяжении всего академического курса, который студент проходит в TECH. Таким образом, они будут сталкиваться с множеством реальных ситуаций и должны будут интегрировать знания, проводить исследования, аргументировать и защищать свои идеи и решения. Все это делается для того, чтобы ответить на вопрос, как бы они поступили, столкнувшись с конкретными сложными событиями в своей повседневной работе.



## Метод *Relearning*

В ТЕСН метод кейсов дополняется лучшим методом онлайн-обучения – *Relearning*.

Этот метод отличается от традиционных методик обучения, ставя студента в центр обучения и предоставляя ему лучшее содержание в различных форматах. Таким образом, студент может пересматривать и повторять ключевые концепции каждого предмета и учиться применять их в реальной среде.

Кроме того, согласно многочисленным научным исследованиям, повторение является лучшим способом усвоения знаний. Поэтому в ТЕСН каждое ключевое понятие повторяется от 8 до 16 раз в рамках одного занятия, представленного в разных форматах, чтобы гарантировать полное закрепление знаний в процессе обучения.

*Метод Relearning позволит тебе учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, глубже вовлекаясь в свою специализацию, развивая критическое мышление, умение аргументировать и сопоставлять мнения – прямой путь к успеху.*



## Виртуальный кампус на 100% в онлайн-формате с лучшими учебными ресурсами

Для эффективного применения своей методики ТЕСН предоставляет студентам учебные материалы в различных форматах: тексты, интерактивные видео, иллюстрации, карты знаний и др. Все они разработаны квалифицированными преподавателями, которые в своей работе уделяют особое внимание сочетанию реальных случаев с решением сложных ситуаций с помощью симуляции, изучению контекстов, применимых к каждой профессиональной сфере, и обучению на основе повторения, с помощью аудио, презентаций, анимации, изображений и т.д.

Последние научные данные в области нейронаук указывают на важность учета места и контекста, в котором происходит доступ к материалам, перед началом нового процесса обучения. Возможность индивидуальной настройки этих параметров помогает людям лучше запоминать и сохранять знания в гиппокампе для долгосрочного хранения. Речь идет о модели, называемой *нейрокогнитивным контекстно-зависимым электронным обучением*, которая сознательно применяется в данной университетской программе.

Кроме того, для максимального содействия взаимодействию между наставником и студентом предоставляется широкий спектр возможностей для общения как в реальном времени, так и в отложенном (внутренняя система обмена сообщениями, форумы для обсуждений, служба телефонной поддержки, электронная почта для связи с техническим отделом, чат и видеоконференции).

Этот полноценный Виртуальный кампус также позволит студентам ТЕСН организовывать свое учебное расписание в соответствии с личной доступностью или рабочими обязательствами. Таким образом, студенты смогут полностью контролировать академические материалы и учебные инструменты, необходимые для быстрого профессионального развития.



*Онлайн-режим обучения на этой программе позволит вам организовать свое время и темп обучения, адаптировав его к своему расписанию”*

### Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Студенты, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.

## Методика университета, получившая самую высокую оценку среди своих студентов

Результаты этой инновационной академической модели подтверждаются высокими уровнями общей удовлетворенности выпускников ТЕСН.

Студенты оценивают качество преподавания, качество материалов, структуру и цели курса на отлично. Неудивительно, что учебное заведение стало лучшим университетом по оценке студентов на платформе отзывов Trustpilot, получив 4,9 балла из 5.

*Благодаря тому, что ТЕСН идет в ногу с передовыми технологиями и педагогикой, вы можете получить доступ к учебным материалам с любого устройства с подключением к Интернету (компьютера, планшета или смартфона).*

*Вы сможете учиться, пользуясь преимуществами доступа к симулированным образовательным средам и модели обучения через наблюдение, то есть учиться у эксперта (learning from an expert).*



Таким образом, в этой программе будут доступны лучшие учебные материалы, подготовленные с большой тщательностью:



#### Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем эти материалы переносятся в аудиовизуальный формат, на основе которого строится наш способ работы в интернете, с использованием новейших технологий, позволяющих нам предложить вам отличное качество каждого из источников, предоставленных к вашим услугам.



#### Практика навыков и компетенций

Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



#### Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной форме для воспроизведения на мультимедийных устройствах, которые включают аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта эксклюзивная образовательная система для презентации мультимедийного содержания была награждена Microsoft как "Кейс успеха в Европе".



#### Дополнительная литература

Последние статьи, консенсусные документы, международные рекомендации... В нашей виртуальной библиотеке вы получите доступ ко всему, что необходимо для прохождения обучения.





#### Кейс-стади

Студенты завершат выборку лучших кейс-стади по предмету. Кейсы представлены, проанализированы и преподаются ведущими специалистами на международной арене.



#### Тестирование и повторное тестирование

Мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания на протяжении всей программы. Мы делаем это на 3 из 4 уровней пирамиды Миллера.



#### Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта (learning from an expert) укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в ваших будущих сложных решениях.



#### Краткие справочные руководства

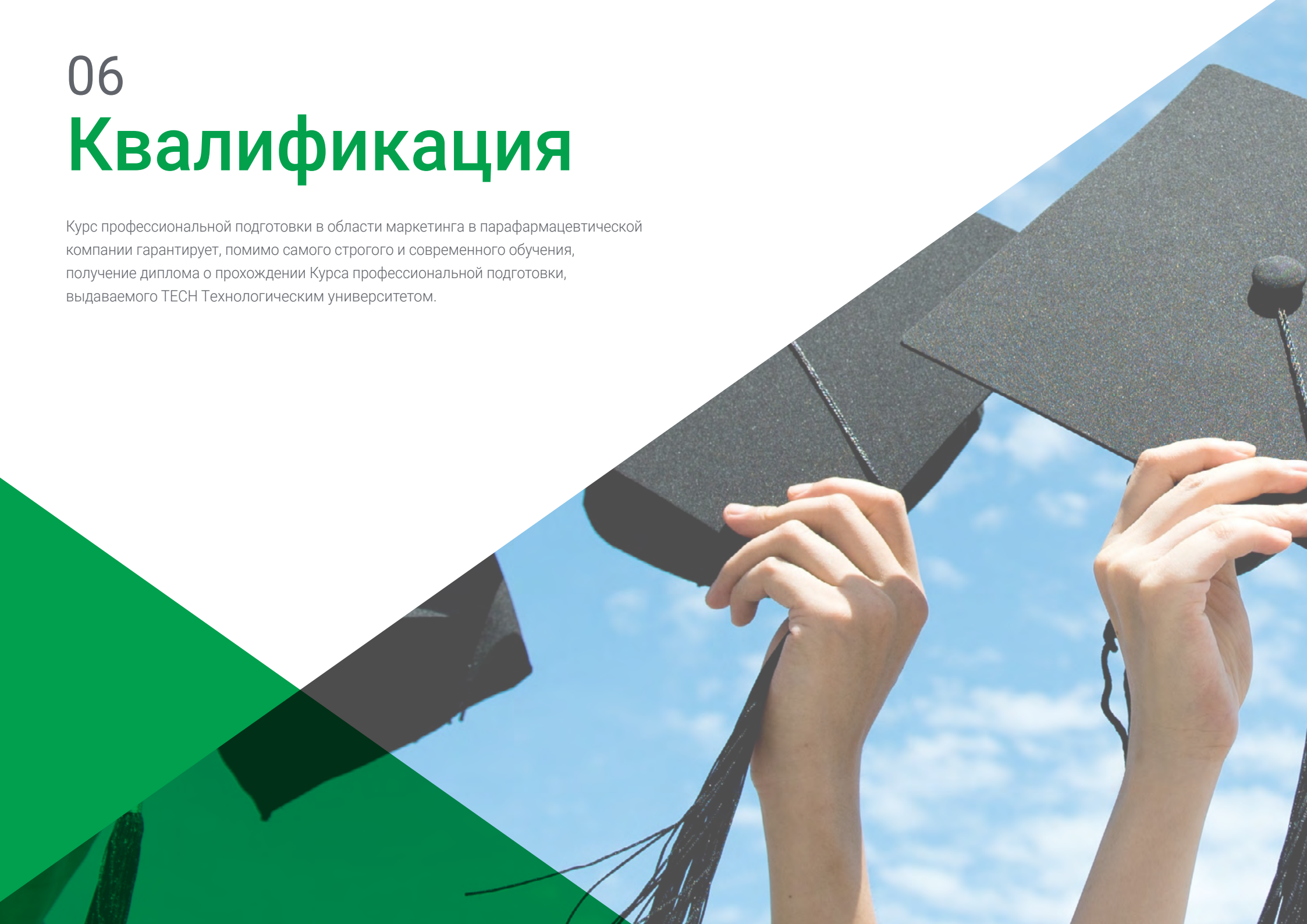
TECH предлагает наиболее актуальные материалы курса в виде карточек или кратких справочных руководств. Это сжатый, практичный и эффективный способ помочь студенту продвигаться в обучении.



06

# Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области маркетинга в парафармацевтической компании гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.





““

*Успешно пройдите эту программу  
и получите университетский диплом  
без хлопот, связанных с поездками  
и бумажной волокитой”*

Данный **Курс профессиональной подготовки в области маркетинга в парафармацевтической компании** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте\* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курс профессиональной подготовки в области маркетинга в парафармацевтической компании**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**



\*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее  
Здоровье Доверие Люди  
Образование Информация Тьюторы  
Гарантия Аккредитация Преподавание  
Институты Технология Обучение  
Сообщество Обязательство  
Персональное внимание Инновации  
Знания Настоящее Качество  
Веб обучение  
Развитие Институты  
Виртуальный класс

**tech** технологический  
университет

Курс профессиональной  
подготовки

Маркетинг в парафармацевтической  
компании

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки  
Маркетинг в парафармацевтической  
компании

