

Universitätsexperte

Digitales Marketing in der
Pharmazeutischen Industrie



Universitätsexperte

Digitales Marketing in der Pharmazeutischen Industrie

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/pharmazie/spezialisierung/spezialisierung-digitales-marketing-pharmazeutischen-industrie

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Der wachsende Zustrom von Menschen in das digitale Ökosystem hat die Pharmaindustrie dazu veranlasst, sich dem Marketing in diesem Umfeld zu widmen. Aus diesem Grund müssen Pharmazeuten über die neuesten Trends im Online-Marketing, die effektivsten Strategien, um die Zielgruppe zu erreichen, und die für die Marktforschung verwendeten Instrumente auf dem Laufenden sein. Das ist der Grundgedanke dieses 100%igen Online-Studiengangs von TECH, der die Studenten mit dem Management von Werbekampagnen vertraut macht. All dies in nur 6 Monaten und mit Hilfe modernster Inhalte, die von echten Profis mit einer konsolidierten Karriere in der Werbe- und Pharmabranche entwickelt wurden.



“

Mit TECH erweitern Sie Ihre Kompetenzen im Bereich des digitalen Marketings und wenden Ihre Strategien auf den Pharmasektor an"

Der Siegeszug der sozialen Netzwerke und das Auftauchen von Profilen in diesen Umgebungen, die Informationen über Gesundheit und Wohlbefinden liefern sollen, hat die Pharmaindustrie dazu veranlasst, ihre Werbeanstrengungen auf dieses digitale Umfeld zu richten. Aus diesem Grund ist es für alle Fachleute des Sektors unerlässlich, die Strategien des E-Mail-Marketings, die Erstellung von Inhalten und die technologischen Fortschritte der Pharmaindustrie zu kennen, die die Art und Weise, wie Produkte entwickelt und digitale Gesundheitsdienste angeboten werden, revolutioniert haben.

Angesichts dieser ständigen Entwicklung hat TECH beschlossen, diesen Universitätslehrgang zu entwickeln, der den Studenten in nur 6 Monaten eine komplette Aktualisierung des Marketingmanagements im Pharmasektor oder der anspruchsvollsten Techniken der Marktforschung vermittelt.

Ein Studiengang, der durch multimediale Ressourcen (Videozusammenfassungen zu jedem Thema, Videos im Fokus), Fachlektüre und Fallstudien, die bequem über jedes digitale Gerät mit Internetanschluss abgerufen werden können, an Dynamik gewinnt.

Dank der *Relearning*-Methode, die auf der kontinuierlichen Wiederholung von zentralen Konzepten beruht, kann der Lernende lange Lernzeiten und das Auswendiglernen reduzieren und die behandelten Kernkonzepte in kurzer Zeit konsolidieren.

Eine ausgezeichnete Gelegenheit, sich durch eine flexible akademische Option weiterzuentwickeln, die sich an die Bedürfnisse der Apotheker anpasst und es ihnen ermöglicht, ihre täglichen Aktivitäten mit einem qualitativ hochwertigen akademischen Angebot in Einklang zu bringen.

Dieser **Universitätsexperte in Digitales Marketing in der Pharmazeutischen Industrie** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten der Pharmazie präsentiert 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



Mit diesem Abschluss sind Sie über die Fortschritte der Pharmaindustrie bei der Anwendung von künstlicher Intelligenz auf dem Laufenden"

“

Lernen Sie, wie Machine Learning in der Marktforschung eingesetzt wird, und wenden Sie es auf Ihre digitale Marketingstrategie an"

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.

Sie werden dabei durch ein innovatives interaktives Videosystem unterstützt, das von anerkannten Experten entwickelt wurde.

Mit diesem 100%igen Online-Abschluss sind Sie auf dem neuesten Stand der effektivsten Strategien in den Bereichen E-Marketing, Affiliate Marketing und Werbung.



02 Ziele

Nach Abschluss dieses Programms kennen die Pharmazeuten die wichtigsten Fortschritte im Bereich des digitalen Marketings in der Pharmaindustrie. Um dieses Ziel zu erreichen, ermöglicht das Programm den Spezialisten, sich in die Prinzipien und Grundlagen des Marketings zu vertiefen, die Auswirkungen neuer Technologien zu analysieren und Kompetenzen in der Konzeption und Durchführung von Forschungsarbeiten zu entwickeln. Ein Prozess, der durch die zahlreichen Lehrmaterialien, die die umfangreiche virtuelle Bibliothek des Programms bilden, wesentlich erleichtert wird.



“

*Erforschen Sie die Fortschritte in
der pharmakologischen Entwicklung
und Patientenversorgung bequem
von zu Hause aus"*



Allgemeine Ziele

- ♦ Erwerben von Fachwissen in der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Vertieftes Kennen der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Eintauchen in die neuesten Entwicklungen in der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Verstehen der Struktur und Funktionsweise der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Verstehen des Wettbewerbsumfelds der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Verstehen von Marktforschungskonzepten und -methodiken
- ♦ Anwenden von Marktforschungstechnologien und -instrumenten
- ♦ Entwickeln von Verkaufskompetenzen speziell für die pharmazeutische Industrie
- ♦ Verstehen des Verkaufszyklus in der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Analysieren von Kundenverhalten und Marktbedürfnissen
- ♦ Entwickeln von Führungskompetenzen
- ♦ Verstehen der spezifischen Aspekte des Managements in der Pharmazeutischen Industrie
- ♦ Anwenden von Techniken des Projektmanagements
- ♦ Verstehen der Prinzipien und Grundlagen des Marketings in der pharmazeutischen Industrie





Spezifische Ziele

Modul 1. Marketing Management in der pharmazeutischen Industrie

- ◆ Einführen in die Prinzipien und Grundlagen des Marketings in der pharmazeutischen Industrie
- ◆ Entwickeln von Fähigkeiten im Management von pharmazeutischen Produkten
- ◆ Eingehen auf den Einsatz digitaler Marketinginstrumente und -techniken

Modul 2. Neue Technologien in der Pharmabranche

- ◆ Eintauchen in die neuen technologischen Trends in der pharmazeutischen Industrie
- ◆ Analysieren der Auswirkungen neuer Technologien in der pharmazeutischen Industrie
- ◆ Entwickeln von Fähigkeiten im Management von Technologieprojekten

Modul 3. Marktforschung in der pharmazeutischen Industrie

- ◆ Vertiefen der Konzepte und Methoden der Marktforschung
- ◆ Entwickeln von Fähigkeiten in der Konzeption und Durchführung von Forschungsstudien
- ◆ Vertiefen der Nutzung von Marktforschungstechnologien und -instrumenten



Lernen Sie erfolgreiche Werbekampagnen wie "Got Milk" und "Share a Coke" kennen und verfeinern Sie Ihre Fähigkeiten bei der Entwicklung von kreativen Strategien, die auf die pharmazeutische Industrie zugeschnitten sind"

03

Kursleitung

Dieser Studiengang zeichnet sich durch die Qualität der Dozenten aus, die von TECH aufgrund ihrer umfangreichen Berufserfahrung und ihrer Beherrschung des pharmazeutischen Marketings ausgewählt wurden. Dadurch steht den Studenten ein Lehrplan zur Verfügung, der von echten Fachleuten ausgearbeitet wurde und der die fundiertesten und aktuellsten Informationen auf diesem Gebiet vermittelt. Dank ihrer Nähe werden die Apotheker in der Lage sein, alle Zweifel zu klären, die sie bezüglich des Inhalts dieses Universitätsprogramms haben könnten.





“

Sie werden von einem Dozententeam betreut, das Ihnen qualitativ hochwertige Inhalte zu den neuesten Trends im Pharmazeutischen Marketing vermittelt"

Leitung



Hr. Calderón, Carlos

- ♦ Marketing- und Werbemanager bei Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano SA
- ♦ Marketing- und Werbeberater bei Experiencia MKT
- ♦ Marketing- und Werbemanager bei Marco Aldany
- ♦ CEO und Kreativdirektor bei C&C Advertising
- ♦ Marketing- und Werbemanager bei Elsevier
- ♦ Kreativdirektor bei CPM Consultores de Publicidad y Marketing
- ♦ Werbetechniker bei CEV in Madrid



Hr. Expósito Esteban, Alejandro

- ♦ Digitaler Direktor für Innovation und Geschäftsbetrieb bei der Merck-Gruppe
- ♦ Direktor für digitale und neue Technologien bei McDonalds Spanien
- ♦ Direktor für Allianzen und Vertriebskanäle bei Microma The Service Group
- ♦ Direktor für Kundendienst bei Pc City Spain SAU

Professoren

Hr. González Suárez, Hugo

- ◆ Digital & Product Marketing Manager bei Laboratorios ERN SA
- ◆ Product Marketing and Project Manager bei Amgen
- ◆ Hochschulabschluss in Biochemie und Pharmakologie von der Cambridge International University
- ◆ Masterstudiengang in Marketing vom Zentrum für Höhere Studien der Pharmaindustrie (CESIF)
- ◆ Masterstudiengang in Betriebswirtschaftslehre von der ESNECA Business School

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden"

04

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte in Digitales Marketing in der Pharmazeutischen Industrie bietet einen vollständigen Lehrplan, der die Strategien der Online-Werbung für pharmakologische Produkte umfassend abdeckt. In diesem Sinne befasst sich dieser akademische Lehrgang auch mit zentralen Konzepten wie Online-Werbung, E-Mail-Marketing, *Blockchain*-Technologie und *Business Intelligence*. Und das alles mit Inhalten, die 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche zugänglich sind.

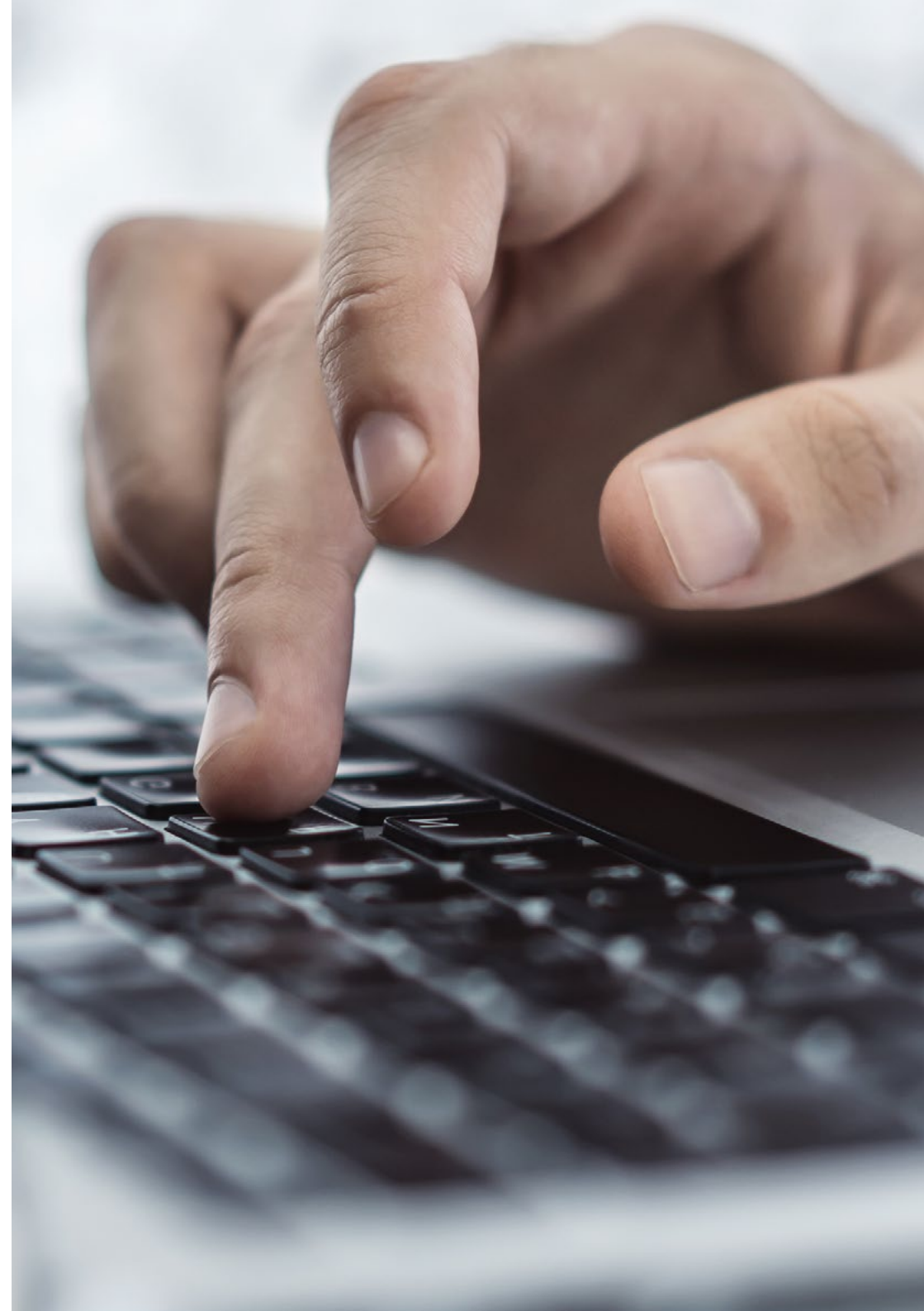


“

Ein personalisierter Studienplan mit der Relearning-Methode, um eine optimale Aktualisierung zu gewährleisten, ohne lange Stunden in das Auswendiglernen von Konzepten zu investieren"

Modul 1. Marketing Management in der pharmazeutischen Industrie

- 1.1. Die Kommunikation
 - 1.1.1. Wirksame und effektive Kommunikation
 - 1.1.2. Teilnahme an Veranstaltungen
 - 1.1.3. Kommunikationsteam
 - 1.1.4. Interne Kommunikation
- 1.2. Werbung
 - 1.2.1. Print-Anzeigen
 - 1.2.2. Fernsehwerbung
 - 1.2.3. Radio-Werbung
 - 1.2.4. Werbung in sozialen Medien
- 1.3. Direktmarketing
 - 1.3.1. Direktpost
 - 1.3.2. Textnachrichten
 - 1.3.3. Telefonanrufe
 - 1.3.4. Loyalitätsprogramme
- 1.4. E-Marketing
 - 1.4.2. Partner-Marketing
 - 1.4.3. Inhaltliches Marketing
 - 1.4.4. Online-Werbung
- 1.5. Markttrendforschung
 - 1.5.1. Technologische Innovationen
 - 1.5.2. Epidemiologische Veränderungen
 - 1.5.3. Zugang zu aufstrebenden Märkten
 - 1.5.4. Digitalisierung im Gesundheitswesen
- 1.6. Differenzierung
 - 1.6.1. Innovative Arzneimittel
 - 1.6.2. Verbesserte Formulierungen
 - 1.6.3. Sicherheitskonzept
 - 1.6.4. Unterstützungsdienste für Patienten



- 1.7. Werbekampagnen
 - 1.7.1. *Got Milk*
 - 1.7.2. *Share a coke*
 - 1.7.3. *The truth*
 - 1.7.4. *Like a girl*
 - 1.8. Erstellung von Inhalten
 - 1.8.1. Wissenschaftliche Veröffentlichungen
 - 1.8.2. Pädagogische Materialien
 - 1.8.3. Online-Inhalte
 - 1.8.4. *Webinars*
 - 1.9. Bedürfnisse der Verbraucher
 - 1.9.1. Sicherheit
 - 1.9.2. Effektivität
 - 1.9.3. Qualität
 - 1.9.4. Zugänglichkeit
 - 1.10. Verbraucherverhalten
 - 1.10.1. Gesundheitliche Probleme
 - 1.10.2. Medizinischer Einfluss
 - 1.10.3. Informationsrecherche
 - 1.10.4. Frühere Erfahrungen
-
- Modul 2. Neue Technologien in der Pharmabranche**
- 2.1. Künstliche Intelligenz AI
 - 2.1.1. Entdeckung von Arzneimitteln
 - 2.1.2. Klinische Forschung
 - 2.1.3. Medizinische Analyse
 - 2.1.4. Personalisierte Therapie
 - 2.2. Blockchain-Technologie
 - 2.2.1. Lieferkette
 - 2.2.2. Rückverfolgbarkeit
 - 2.2.3. Authentizität
 - 2.2.4. Datenverwaltung
 - 2.3. Big Data
 - 2.3.1. Genomische Daten
 - 2.3.2. Molekulare Daten
 - 2.3.3. Klinische Daten
 - 2.3.4. Analyse der Daten
 - 2.4. Digitale Gesundheit
 - 2.4.1. Mobile Anwendungen
 - 2.4.2. Telemedizin
 - 2.4.3. Virtuelle Konsultationen
 - 2.4.4. Online-Gemeinschaften
 - 2.5. Intelligente medizinische Geräte
 - 2.5.1. Intelligente Insulinpumpen
 - 2.5.2. Vernetzte Blutzuckermessgeräte
 - 2.5.3. Intelligente Inhalatoren
 - 2.5.4. Geräte zur Überwachung des Herzens
 - 2.6. 3D-Druck
 - 2.6.1. Herstellung von personalisierten Medikamenten
 - 2.6.2. Formulierung von Arzneimitteln
 - 2.6.3. Design von komplexen Darreichungsformen
 - 2.6.4. Anatomische Modelle
 - 2.7. Nanotechnologie
 - 2.7.1. Gentherapie
 - 2.7.2. Krankheitsnachweis
 - 2.7.3. Photothermische Therapie
 - 2.7.4. Regenerative Nanomedizin
 - 2.8. Robotik
 - 2.8.1. Automatisierung von Produktionslinien
 - 2.8.2. Synthese von Medikamenten
 - 2.8.3. Automatisierte Apotheke
 - 2.8.4. Robotergestützte Chirurgie

- 2.9. Biosensoren
 - 2.9.1. Glukose Biosensoren
 - 2.9.2. PH-Biosensoren
 - 2.9.3. Sauerstoff-Biosensoren
 - 2.9.4. Laktat-Biosensoren
- 2.10. Erweiterte Realität
 - 2.10.1. Produktwerbung
 - 2.10.2. Fortbildung von Fachleuten
 - 2.10.3. Dosierungsanleitung
 - 2.10.4. Visualisierung medizinischer Daten

Modul 3. Marktforschung in der pharmazeutischen Industrie

- 3.1. Arten der Marktforschung
 - 3.1.1. Qualitative Forschung
 - 3.1.2. Quantitative Forschung
 - 3.1.3. Arten der Erhebung
 - 3.1.4. Design der Marktforschung
- 3.2. *Business Intelligence*
 - 3.2.1. Datenverwaltung
 - 3.2.2. BI-Tools
 - 3.2.3. *Data Mining*
 - 3.2.4. Daten hochladen
- 3.3. Analyse der Nachfrage
 - 3.3.1. Statistische Analyse
 - 3.3.2. Analyse von Mustern
 - 3.3.3. Segment-Analyse
 - 3.3.4. Faktor-Analyse
- 3.4. Marktsegmentierung
 - 3.4.1. Vorteile der Segmentierung
 - 3.4.2. Methoden der Segmentierung
 - 3.4.3. Techniken der Segmentierung
 - 3.4.4. Analyse der demographischen Variablen





- 3.5. Forschung über die Konkurrenz
 - 3.5.1. Analyse der Wettbewerbsstruktur
 - 3.5.2. Analyse der direkten Konkurrenten
 - 3.5.3. Bewertung der Wettbewerbsposition
 - 3.5.4. Wettbewerbsvorteile
- 3.6. Trendanalyse
 - 3.6.1. Informationsquellen
 - 3.6.2. Analyse-Tools
 - 3.6.3. Trendüberwachung
 - 3.6.4. Technologische Trends
- 3.7. Unternehmensimage
 - 3.7.1. Vorteile des Unternehmensimages
 - 3.7.2. Zentrale Elemente des Unternehmensimages
 - 3.7.3. Reputationsmanagement
 - 3.7.4. Unternehmenskommunikation
- 3.8. Trends in der Preisgestaltung
 - 3.8.1. Analyse der Preisentwicklung
 - 3.8.2. Tools zur Analyse von Preistrends
 - 3.8.3. Internationale Preisanalyse
 - 3.8.4. Wertbestimmung
- 3.9. Studie zum Marktzugang
 - 3.9.1. Wichtige Faktoren
 - 3.9.2. Analyse der Gesundheitssysteme
 - 3.9.3. Finanzierungsmodelle
 - 3.9.4. *Pricing*-Strategien
- 3.10. Neueste technologische Trends in der Marktforschung
 - 3.10.1. *Machine Learning*
 - 3.10.2. Analyse von Massendaten
 - 3.10.3. Analyse von sozialen Netzwerken
 - 3.10.4. Virtuelle Realität

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.



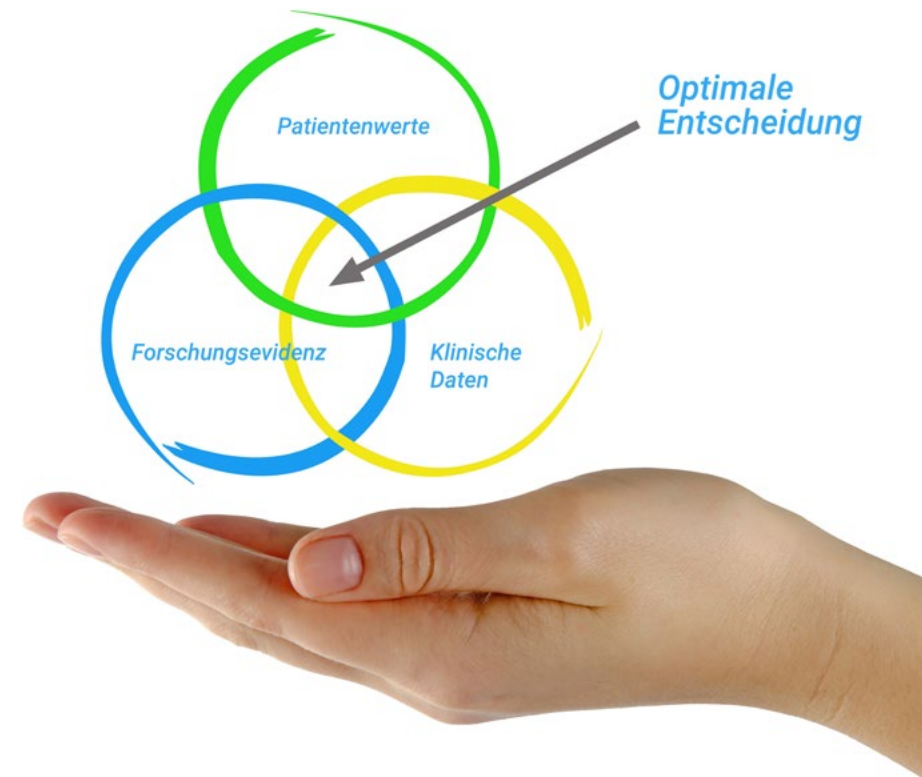


Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

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. Die Pharmazeuten 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. Gervas 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 Berufspraxis des Pharmazeuten 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. Pharmazeuten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen, die die Bewertung realer Situationen und die Anwendung von Wissen beinhalten.
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.

Der Pharmazeut 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 Methode wurden mehr als 115.000 Pharmazeuten mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachbereichen fortgebildet, unabhängig von der praktischen Belastung. Diese pädagogische Methodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft mit einem hohen sozioökonomischen Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

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 pharmazeutischen Fachkräften, die den Kurs leiten werden, speziell für diesen 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.



Techniken und Verfahren auf Video

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Weitere Lektüren

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





Von Experten entwickelte und geleitete Fallstudien

Effektives Lernen muss notwendigerweise kontextabhängig sein. Deshalb stellen wir Ihnen reale Fallbeispiele vor, in denen der Experte Sie durch die Entwicklung der Aufmerksamkeit und die Lösung der verschiedenen Situationen führt: ein klarer und direkter Weg, um ein Höchstmaß an Verständnis zu erreichen.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Kurzanleitungen zum Vorgehen

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



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Digitales Marketing in der Pharmazeutischen Industrie 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 **Universitätsexperte in Digitales Marketing in der Pharmazeutischen Industrie** 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 Technologische 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: **Universitätsexperte in Digitales Marketing in der Pharmazeutischen Industrie**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Digitales Marketing in der
Pharmazeutischen Industrie

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

Universitätsexperte

Digitales Marketing in der
Pharmazeutischen Industrie