

Universitätsexperte

Finanzmanagement im
Pharmazeutischen Marketing



Universitätsexperte Finanzmanagement im Pharmazeutischen Marketing

- » 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-finanzmanagement-pharmazeutischen-marketing

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

Von kleinen Apotheken über Labors bis hin zu Händlern von Produkten und Dienstleistungen nutzen Marketingtechniken, um ihre Marketingziele zu erreichen. Entscheidend in diesem Prozess ist die Entwicklung des richtigen strategischen Plans. In diesem Zusammenhang ist das Finanzmanagement von zentraler Bedeutung, um das Ziel zu erreichen, ohne die verfügbaren wirtschaftlichen Ressourcen zu vernachlässigen. In diesem Sinne ermöglicht der von TECH entwickelte Kurs dem Apotheker, die wesentlichen Elemente der Durchführung von Werbekampagnen unter Berücksichtigung der wichtigsten Aspekte des wirtschaftlichen Managements zu vertiefen. All dies in einem 100%igen Online-Lernformat und mit dem besten didaktischen Multimedia-Material, das von Experten mit einer konsolidierten beruflichen Laufbahn in diesem Bereich erstellt wurde.



“

In nur 6 Monaten werden Sie mit den Kernprozessen für ein erfolgreiches Finanzmanagement im pharmazeutischen Marketing vertraut gemacht"

Die Planung, Zuteilung und effiziente Kontrolle der finanziellen Ressourcen für Marketing- und Werbestrategien sind entscheidend für deren Erfolg. Der pharmazeutische Fachmann mit Branchenkenntnis muss auch diese wirtschaftlichen Faktoren berücksichtigen, um kommerzielle Aktionslinien in seinem Unternehmen oder mit den von ihm verkauften Produkten sicher umsetzen zu können.

Dazu gehört eine detaillierte Analyse der Kosten, die mit Online- und Offline-Werbung, der Teilnahme an Veranstaltungen und Konferenzen oder der Erstellung von Werbematerialien verbunden sind. Aus diesem Grund wurde dieser 6-monatige Universitätsexperte in Finanzmanagement im Pharmazeutischen Marketing geschaffen.

Es handelt sich um ein fortgeschrittenes Programm, das von echten Experten entwickelt wurde, die die Studenten dazu anregen, sich mit der Gegenwart der pharmazeutischen Industrie, den auf die Marketingabteilung ausgerichteten Finanzen oder dem Personalmanagement in diesem Sektor zu befassen. Zu diesem Zweck werden den Pharmazeuten didaktische Ressourcen zur Verfügung gestellt, die auf Videozusammenfassungen jedes Themas, ausführlichen Videos, Fachliteratur und Simulationen von Fallstudien basieren.

Dies ist eine ausgezeichnete Gelegenheit für Berufstätige, sich in diesem Bereich auf den neuesten Stand zu bringen, und zwar mit einem Abschluss, der sich durch seine Flexibilität auszeichnet. Die Studenten benötigen lediglich ein digitales Gerät (Mobiltelefon, Tablet oder Computer) mit Internetanschluss, um die auf der virtuellen Plattform gehosteten Inhalte zu jeder Tageszeit abrufen zu können.

Dieser **Universitätsexperte in Finanzmanagement im Pharmazeutischen Marketing** 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



Eine akademische Option, die es Ihnen ermöglicht, über die Strategien der traditionellen Werbung und des digitalen Marketings auf dem Laufenden zu bleiben"

“ *Sie werden Ihre Fähigkeiten im Finanzmanagement für pharmazeutische Marketinginitiativen verbessern*”

Lernen Sie anhand von Fallstudien, die von Experten auf diesem Gebiet erstellt wurden, das finanzielle Risikomanagement im Bereich des pharmazeutischen Marketings kennen.

Lernen Sie mehr über die Verwaltung von Marketingbudgets, und zwar bequem von zu Hause aus.

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.



02 Ziele

Das Ziel dieses Universitätsabschlusses ist es, den Fachleuten die Strategien und Instrumente zu vermitteln, die sie benötigen, um ihre Fähigkeiten bei der Entwicklung von pharmazeutischen Marketingplänen zu verbessern. Zu diesem Zweck verfügt er über einen umfassenden Lehrplan mit einem theoretisch-praktischen Ansatz und ist sehr nützlich für die Durchführung von Werbe- und Marketingaktionen unter Berücksichtigung der effizientesten wirtschaftlichen Kriterien. Außerdem werden die Studenten von spezialisierten Dozenten unterstützt, die alle ihre Fragen zum Inhalt dieses Programms beantworten können.



“

Verbessern Sie Ihre Fähigkeiten für das Management von Handelsstrategien mit diesem Universitätsabschluss mit 450 Unterrichtsstunden"



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. Struktur der pharmazeutischen Industrie

- ◆ Vertiefen in die Struktur und Funktionsweise der pharmazeutischen Industrie
- ◆ Untersuchen der Lieferkette, der Hauptakteure und ihrer Interaktion
- ◆ Eingehen auf das Wettbewerbsumfeld der pharmazeutischen Industrie

Modul 2. Finanzen für die Marketingabteilung

- ◆ Eingehen auf die wichtigsten Finanzkonzepte
- ◆ Anwenden von Techniken zur Bewertung von Marketingprojekten
- ◆ Eingehen auf die finanziellen Auswirkungen von Marketingstrategien

Modul 3. Führen und Managen von Teams in der pharmazeutischen Industrie

- ◆ Entwickeln von Führungskompetenzen
- ◆ Analysieren der spezifischen Aspekte des Managements in der pharmazeutischen Industrie
- ◆ Anwenden von Techniken des Projektmanagements



Erweitern Sie Ihre Kompetenzen, um die effektivsten Projektmanagementtechniken in der pharmazeutischen Industrie zu integrieren"

03

Kursleitung

Um ein qualitativ hochwertiges Update zu bieten, hat TECH ein präzises Auswahlverfahren für jeden einzelnen der Dozenten durchgeführt, aus denen dieses Programm besteht. Auf diese Weise erhalten die Studenten ein komplettes Update von Spezialisten mit langjähriger Berufserfahrung in der pharmazeutischen Industrie und im Marketing. Auf diese Weise reagiert diese akademische Einrichtung auf die Notwendigkeit, die Kompetenzen in diesem Sektor zu erweitern.



“

Sie werden alle Zweifel, die Sie über den pharmazeutischen Marketingplan haben, mit den besten Experten dieses Sektors lösen"

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. García-Valdecasas Rodríguez de Rivera, Jesús

- ◆ Technischer Leiter Pharmazeutik bei Laboratorios Bohm
- ◆ Verantwortlicher Techniker für den Bereich Biozide und Kosmetika bei Laboratorios Bohm
- ◆ Koordinator für Qualität und Zulassung bei Laboratorios Bohm
- ◆ Manager für Qualitätssicherung, Entwicklung und Zulassungsfragen bei Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano SA
- ◆ Leiter der Abteilung Register/Technische Dienste bei der Arafarma Group SA
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität von Alcalá
- ◆ Masterstudiengang in Pharmazeutische und Parapharmazeutische Industrie des Zentrums für Höhere Studien der Landwirtschaftlichen Industrie (CESIF)

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

Hr. Puerto Peña, Gustavo

- ◆ CEO bei Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano SA
- ◆ Direktor für Vertrieb und Verwaltung bei Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano SA
- ◆ Marketingleiter bei Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano SA
- ◆ Programm für unabhängige Direktoren von der ICADE Business School
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management von der Saint Louis University
- ◆ Mitglied von: ANEFP, Farmaindustria, ADEFAM

04

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätsexperte in Finanzmanagement im Pharmazeutischen Marketing vermittelt dem Apotheker die aktuellsten Kenntnisse in Budgetfragen für das Marketing von pharmazeutischen Produkten. Auf diese Weise erlangt der Pharmazeut fundierte Kenntnisse über die Leistungsbewertung, das monetäre Risikomanagement und die Rentabilität neuer Produkte. Und das alles, ohne lange Lernzeiten investieren zu müssen, denn das *Relearning*-System, das auf der Wiederholung der wichtigsten Inhalte basiert, ermöglicht es ihm, die wichtigsten Konzepte auf einfachere Weise zu konsolidieren.



“

Ein Studienplan, der auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist und mit der revolutionärsten didaktischen Methodik, dem Relearning-System, entwickelt wurde"

Modul 1. Struktur der pharmazeutischen Industrie

- 1.1. Pharmakologische Entwicklung
 - 1.1.1. Entdeckung von Arzneimitteln
 - 1.1.2. Pharmakokinetik
 - 1.1.3. Pharmakodynamik
 - 1.1.4. Präklinische Versuche
- 1.2. Das pharmazeutische Labor
 - 1.2.1. Gute Laborpraxis
 - 1.2.2. Laborausrüstung
 - 1.2.3. Laborgeräte
 - 1.2.4. Mikrobiologische Analyse
- 1.3. FuE
 - 1.3.1. Screening-Techniken
 - 1.3.2. Validierungstechniken
 - 1.3.3. Rationaler Entwurf
 - 1.3.4. Medizinische Chemie
- 1.4. Patente
 - 1.4.1. Grundlagen des geistigen Eigentums
 - 1.4.2. Verfahren zur Patentanmeldung
 - 1.4.3. Analyse der Patentierbarkeit
 - 1.4.4. Schutzstrategien
- 1.5. Generika
 - 1.5.1. Therapeutische Äquivalenz
 - 1.5.2. Bioäquivalenz
 - 1.5.3. Entwicklungsprozess
 - 1.5.4. Herstellungsverfahren
- 1.6. Lagerverwaltung
 - 1.6.1. Kontrolle der Lagerbestände
 - 1.6.2. Verwaltung von Lagerbeständen
 - 1.6.3. Methoden der Nachfrageprognose
 - 1.6.4. Software für die Lagerverwaltung



- 1.7. Rabatte
 - 1.7.1. Mengenrabatte
 - 1.7.2. Skonti
 - 1.7.3. Treuerabatte
 - 1.7.4. Rentabilitätsanalyse von Rabatten
- 1.8. Wertschöpfungskette der pharmazeutischen Industrie
 - 1.8.1. Risikomanagement
 - 1.8.2. Informationstechnologie
 - 1.8.3. Nachhaltigkeit
 - 1.8.4. Soziale Verantwortung
- 1.9. Strategische Allianzen
 - 1.9.1. Kollaborationen
 - 1.9.2. Lizenzvereinbarungen
 - 1.9.3. *Joint Ventures*
 - 1.9.4. Aushandlung von strategischen Allianzen
- 1.10. Aufsichtsbehörden
 - 1.10.1. Überwachung nach der Markteinführung
 - 1.10.2. Regulatorische Audits
 - 1.10.3. Regulatorische Harmonisierung
 - 1.10.4. Gegenseitige Anerkennung von Registrierungen

Modul 2. Finanzen für die Marketingabteilung

- 2.1. Marketing-Budget
 - 2.1.1. Traditionelle Werbung
 - 2.1.2. Digitales Marketing
 - 2.1.3. Medienarbeit
 - 2.1.4. Öffentlichkeitsarbeit
- 2.2. Kosten-Nutzen-Analyse
 - 2.2.1. ACE
 - 2.2.2. ACU
 - 2.2.3. ACB
 - 2.2.4. ACM

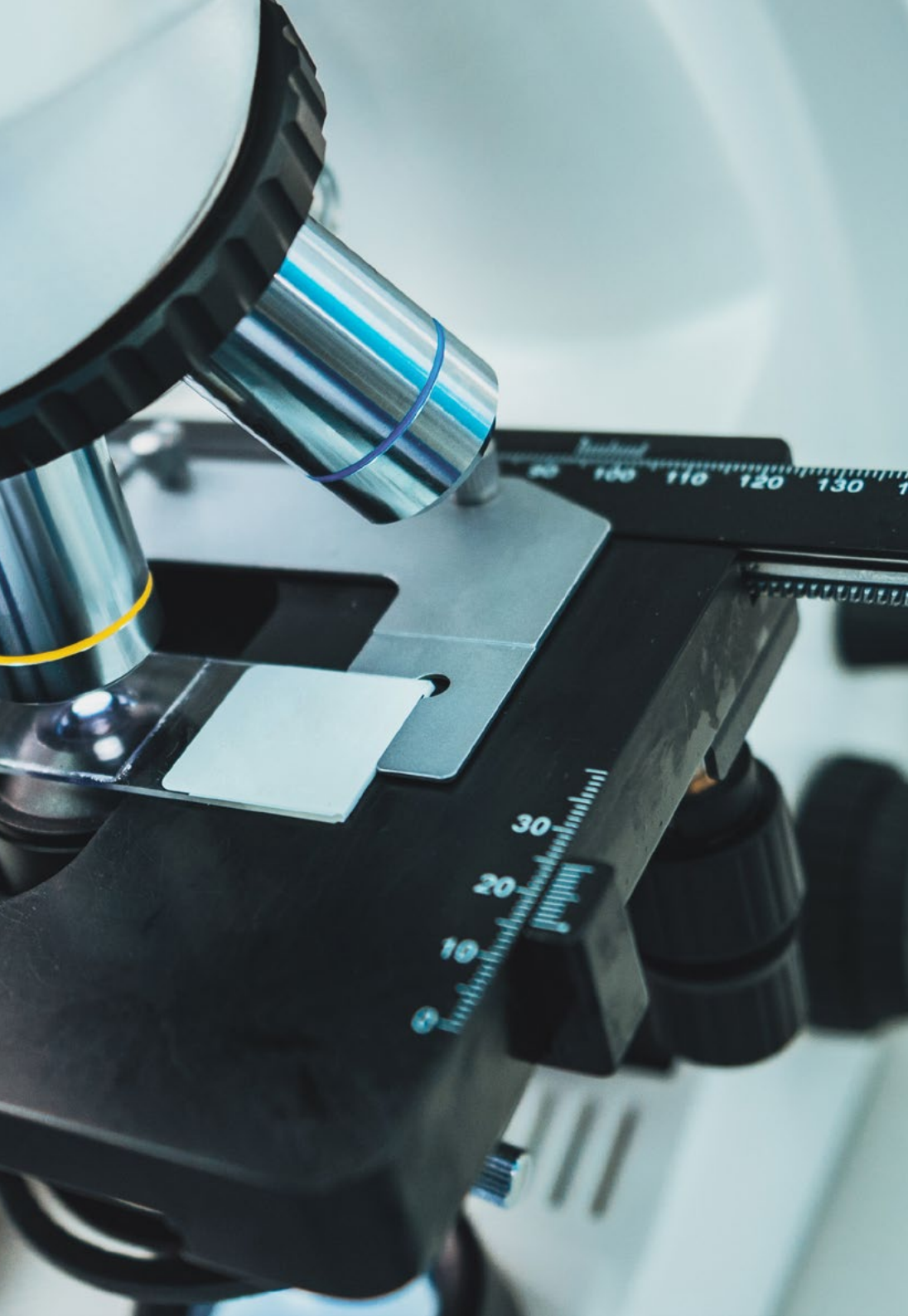
- 2.3. Leistungsmessung
 - 2.3.1. Marktanteil
 - 2.3.2. Rentabilität der Investition
 - 2.3.3. Forschung und Entwicklung
 - 2.3.4. Operative Effizienz
- 2.4. Finanzielle Planung
 - 2.4.1. Budget
 - 2.4.2. Verwaltung von Lagerbeständen
 - 2.4.3. Risikomanagement
 - 2.4.4. Kapitalisierung
- 2.5. Finanzielles Risikomanagement
 - 2.5.1. Produktdiversifizierung
 - 2.5.2. Management der Lieferkette
 - 2.5.3. Finanzielle Risikoabsicherung
 - 2.5.4. Schlussfolgerungen
- 2.6. Rentabilität
 - 2.6.1. Effizienz in der Produktion
 - 2.6.2. Marketingstrategien
 - 2.6.3. Geografische Expansion
 - 2.6.4. Schlussfolgerungen
- 2.7. Zukünftige Investitionen
 - 2.7.1. Risikoanalyse
 - 2.7.2. Marktchancen
 - 2.7.3. Timing
 - 2.7.4. Schlussfolgerungen
- 2.8. Die finanziellen Ressourcen des Unternehmens
 - 2.8.1. Eigenkapital
 - 2.8.2. Finanzierung durch Schulden
 - 2.8.3. Risikokapital
 - 2.8.4. Zuschüsse

- 2.9. Rentabilität der Investition
 - 2.9.1. Patente
 - 2.9.2. Forschung
 - 2.9.3. Analyse
 - 2.9.4. Schlussfolgerung
- 2.10. Durchführbarkeit neuer Produkte
 - 2.10.1. Wirksamkeit und Sicherheit
 - 2.10.2. Nachfrage
 - 2.10.3. Angebot
 - 2.10.4. Geistiges Eigentum

Modul 3. Führen und Managen von Teams in der pharmazeutischen Industrie

- 3.1. Führungsqualitäten in der pharmazeutischen Industrie
 - 3.1.1. Trends und Herausforderungen bei der Führung
 - 3.1.2. Transformationelle Führung
 - 3.1.3. Führung im Risikomanagement
 - 3.1.4. Führung bei der kontinuierlichen Verbesserung
- 3.2. Talentmanagement
 - 3.2.1. Strategien zur Rekrutierung
 - 3.2.2. Profilentwicklung
 - 3.2.3. Nachfolgeplanung
 - 3.2.4. Talentbindung
- 3.3. Teamentwicklung und Schulung
 - 3.3.1. GMP - Gute Herstellungspraktiken
 - 3.3.2. Entwicklung technischer Fähigkeiten
 - 3.3.3. Sicherheitsschulung
 - 3.3.4. Entwicklung von FuE
- 3.4. Interne Kommunikationsstrategien
 - 3.4.1. Entwicklung einer offenen Kommunikationskultur
 - 3.4.2. Kommunikation von Zielen und Strategien
 - 3.4.3. Kommunikation von organisatorischen Veränderungen
 - 3.4.4. Kommunikation von Richtlinien und Verfahren





- 3.5. Leistungsmanagement
 - 3.5.1. Festlegung klarer Ziele und Vorgaben
 - 3.5.2. Definition von Leistungsindikatoren
 - 3.5.3. Kontinuierliches Feedback
 - 3.5.4. Leistungsbewertung
- 3.6. Änderungsmanagement
 - 3.6.1. Diagnose der Notwendigkeit von Veränderungen
 - 3.6.2. Effektive Kommunikation des Wandels
 - 3.6.3. Ein Gefühl der Dringlichkeit schaffen
 - 3.6.4. Führungspersönlichkeiten für den Wandel identifizieren
- 3.7. Qualitätsmanagement
 - 3.7.1. Definition von Qualitätsstandards
 - 3.7.2. Implementierung von Qualitätsmanagementsystemen
 - 3.7.3. Qualitätskontrolle in der Produktion
 - 3.7.4. Management von Lieferanten
- 3.8. Verwaltung des Marketingbudgets
 - 3.8.1. Strategische Marketingplanung
 - 3.8.2. Festlegen des gesamten Marketingbudgets
 - 3.8.3. Aufteilung des Budgets nach Marketingkanälen
 - 3.8.4. Analyse der Investitionsrendite (ROI)
- 3.9. Planung und Durchführung von Marketingkampagnen
 - 3.9.1. Markt- und Zielgruppenanalyse
 - 3.9.2. Ziele der Kampagne festlegen
 - 3.9.3. Entwicklung von Marketingstrategien
 - 3.9.4. Auswahl der Marketingkanäle
- 3.10. Aktualisierung der Marktentwicklungen
 - 3.10.1. Analyse der Markttrends
 - 3.10.2. Beobachtung von Wettbewerbern
 - 3.10.3. Beobachtung der Entwicklungen im Sektor
 - 3.10.4. Teilnahme an Veranstaltungen und Konferenzen

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.



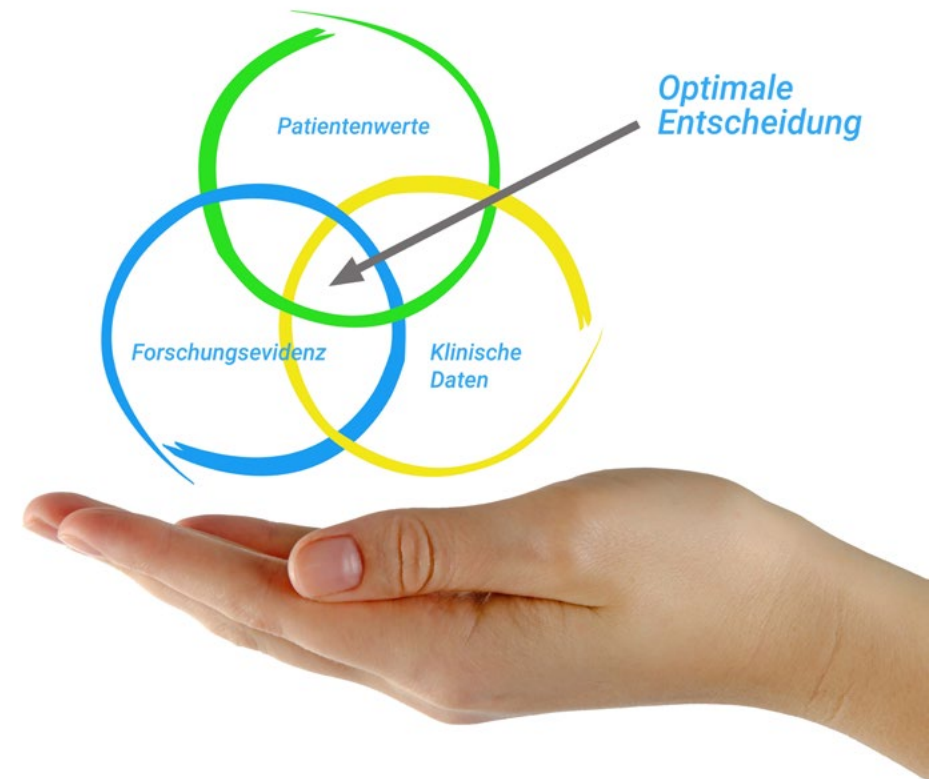


Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

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

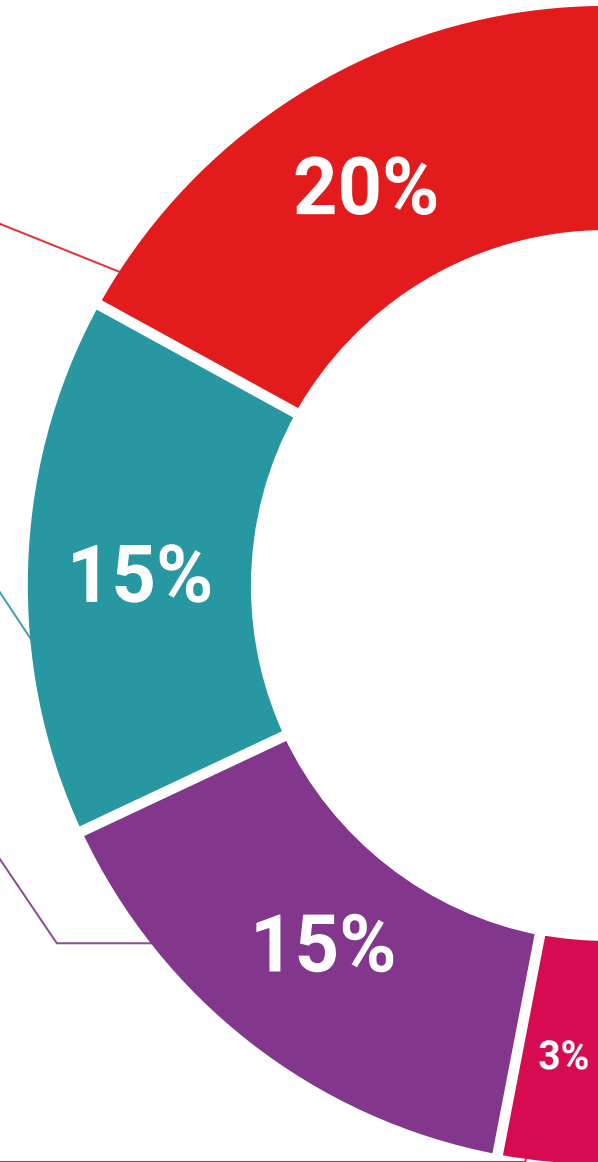
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

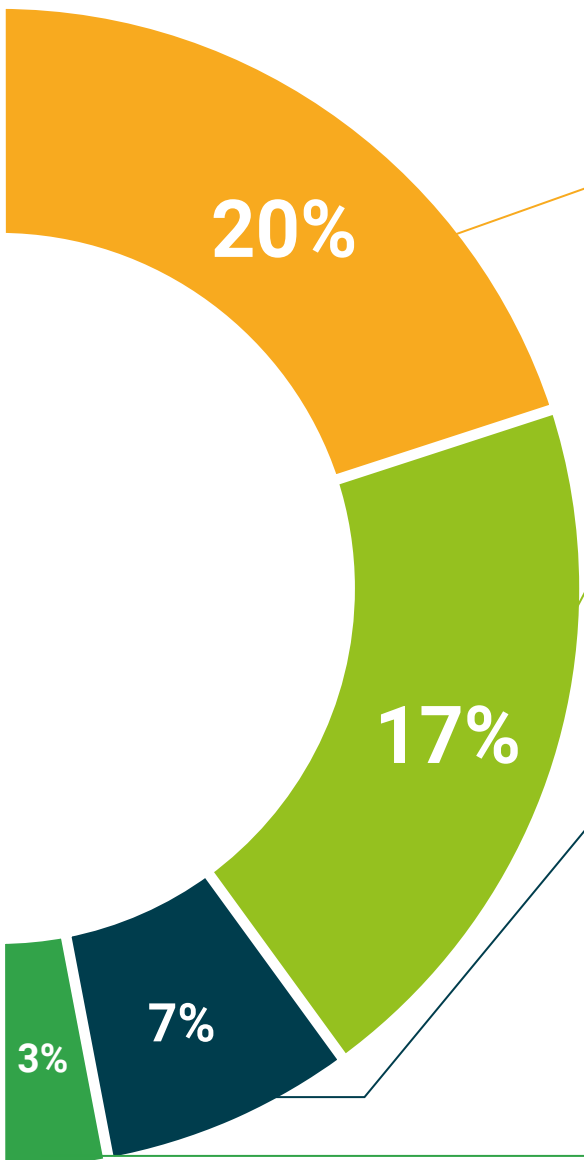
Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



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 Finanzmanagement im Pharmazeutischen Marketing 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 Finanzmanagement im Pharmazeutischen Marketing** 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 Finanzmanagement im Pharmazeutischen Marketing**

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

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Finanzmanagement im
Pharmazeutischen Marketing

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

Universitätsexperte

Finanzmanagement im
Pharmazeutischen Marketing