

Universitätsexperte

Marketing Angewandt  
auf die Parapharmazie





## Universitätsexperte Marketing Angewandt auf die Parapharmazie

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/pharmazie/spezialisierung/spezialisierung-marketing-angewandt-parapharmazie](http://www.techtitute.com/de/pharmazie/spezialisierung/spezialisierung-marketing-angewandt-parapharmazie)

# 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

Parapharmazeutische Produkte ermöglichen eine größere Anzahl von wirkungsvollen Marketingaktionen beim Kunden. Eine Tatsache, die sich sowohl wirtschaftlich als auch für das Image der Unternehmen selbst auszahlen sollte. In diesem Zusammenhang ist es für Apotheker unerlässlich, die neuesten Trends in diesem Bereich zu kennen und die erfolgreichsten Strategien anzuwenden, um eine größere Wirkung zu erzielen. Vor diesem Hintergrund hat TECH beschlossen, einen 100%igen Online-Studiengang zu entwickeln, der es den Studenten ermöglicht, ihre Kenntnisse in den Bereichen Verkaufsförderung, Marketing und Buchhaltung, die für die verschiedenen Arten von Apothekenunternehmen erforderlich sind, auf den neuesten Stand zu bringen. Das Ganze wird durch eine Vielzahl von Lehrmaterialien unterstützt, die von echten Fachleuten aus den Bereichen Pharmazie, Werbung und Kommunikation erstellt wurden.



“

*Ein 100%iges Online-Studium ohne feste Vorlesungszeiten und angepasst an die tatsächlichen Bedürfnisse der Apotheker“*

Die Durchführung von viralen Kampagnen, die Kundenbindung durch Promotions oder die Nutzung der neuen digitalen Kommunikationsmöglichkeiten sind nur einige der erfolgreichsten Strategien in der Parapharmazie. Die Parapharmazie ist ein Sektor, der seinen Umsatz vor allem dank seiner Präsenz im Internet und seiner großen Produktvielfalt steigern konnte.

In diesem Sinne muss der Apotheker, der in diesem Bereich tätig ist, die neuesten Trends der Werbestrategien kennen, ohne dabei die notwendige wirtschaftlich-finanzielle Planung aus den Augen zu verlieren, um eine maximale Rentabilität zu erzielen. Aus diesem Grund hat TECH in diesem Universitätsexperten in Marketing Angewandt auf die Parapharmazie den fortschrittlichsten Lehrplan zusammengestellt, der von den besten Experten auf diesem Gebiet unterrichtet wird.

Es handelt sich um ein intensives Programm mit 450 Unterrichtsstunden, in denen die Studenten die verschiedenen Geschäftsmodelle des Sektors und ihre Merkmale kennen lernen und sich auf den neuesten Stand bringen können. Darüber hinaus werden die wichtigsten Verkaufsförderungsmaßnahmen, die Kundenakquise sowohl im physischen als auch im Online-Bereich sowie die für diese Art von Unternehmen erforderliche Buchhaltung behandelt. All dies wird ergänzt durch multimediales Lehrmaterial, wichtige Literatur und Fallstudien, die zu jeder Tageszeit über ein elektronisches Gerät mit Internetanschluss abgerufen werden können.

Auf diese Weise hat der Apotheker eine ausgezeichnete Möglichkeit, sich über alles, was mit Marketing zu tun hat, zu informieren und es in sein Projekt zu integrieren. Die Studenten sind somit nicht an Präsenzveranstaltungen oder einen Stundenplan gebunden und können ihre Zeit frei einteilen und ihre täglichen Verpflichtungen mit einem hochwertigen Universitätsabschluss verbinden.

Dieser **Universitätsexperte in Marketing Angewandt auf die Parapharmazie** 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



*Die Fallstudien dieses Studiengangs ermöglichen es Ihnen, die Erfolgsgeschichten des viralen Marketings zu testen und sie in Ihr eigenes parapharmazeutisches Projekt zu integrieren"*



*Tauchen Sie ein in die Welt der Privat-, Franchise- oder Einzelhandelsapotheken, wann immer Sie wollen, von Ihrem digitalen Gerät mit Internetanschluss aus"*

*Diese Fortbildung gibt Ihnen die Mittel an die Hand, die Sie benötigen, um kaufmännische Tätigkeiten im Verkaufsraum der Parapharmazie durchzuführen.*

*Ein Programm, das es Ihnen ermöglicht, Ihren Finanz- und Schatzplan zu perfektionieren und ihn auf die Projekte der Parapharmazie anzuwenden.*

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten des Sektors, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie aus renommierten Fachleuten von führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes 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 Universitätsexperten ist es, den Studenten die neuesten Kenntnisse im Bereich des Marketings für Parapharmazieunternehmen zu vermitteln. In diesem Sinne bietet TECH den Studenten ein hervorragendes Dozententeam mit umfassender Erfahrung in diesem Bereich. Darüber hinaus bieten die Fallstudien einen viel direkteren und realistischeren Einblick in die effektivsten Strategien, die man anwenden und in das eigene Unternehmensprojekt integrieren kann.







“

*Es handelt sich um einen Universitätsabschluss, der es Ihnen ermöglicht, einen vollständigen Marketingplan für Ihr Parapharmazie-Projekt erfolgreich umzusetzen"*



## Allgemeine Ziele

---

- Vertiefen der Kenntnisse im Bereich Parapharmazie-Management
- Verbessern der Kompetenzen für die Einrichtung und Verwaltung einer Online-Parapharmazie
- Steigern der Leistung des Parapharmaziegeschäfts
- Analysieren der wirksamsten Marketingstrategien in diesem Sektor
- Einbeziehen der neuesten technologischen Innovationen für die Inbetriebnahme oder die Anpassung von Parapharmazie-Projekten
- Berücksichtigen aller Arten von Produkten, die über Parapharmazie vertrieben werden
- Eintauchen in den parapharmazeutischen Markt
- Durchführen der Analyse und digitalen Positionierung einer Parapharmazie



*Möchten Sie die effizientesten Verkaufspläne von Parapharmazie kennenlernen? Holen Sie das Beste aus den fortgeschrittenen Inhalten dieses Abschlusses heraus"*





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Trademarketing in der Parapharmazie

- ◆ Vertiefen der Hauptmerkmale des Trademarketings
- ◆ Analysieren der neuen Trends in den Parapharmazie-Regalen
- ◆ Verschaffen eines aktuellen Überblicks über die Vorteile von *Cashkeeper*
- ◆ Vertiefen des mobilen Marketings bei Parapharmazie

### Modul 2. Rentabilität der Parapharmazie

- ◆ Vertiefen der wichtigsten Begriffe der Buchhaltung und der Finanzen einer Parapharmazie
- ◆ Aufzeigen der wirksamsten Verkaufsstrategien und -pläne in der Parapharmazie sowie der Erstellung eines Finanzplans
- ◆ Erhalten der neuesten Informationen über die für die Absatzforschung verwendeten Werkzeuge
- ◆ Aktualisieren der wichtigsten in der Parapharmazie verwendeten Software

### Modul 3. Marketingplan für Parapharmazie

- ◆ Fördern der Durchführung marketingorientierter Maßnahmen im Verkaufsraum Parapharmazie
- ◆ Vertiefen der Produktstrategien und der angemessenen Preisgestaltung in der Parapharmazie
- ◆ Hinweisen auf die Leitlinien für die Erstellung von Marketingkampagnen
- ◆ Feststellen, wie neue Technologien eingesetzt werden können, um das Einkaufserlebnis der Verbraucher zu verbessern

# 03

## Kursleitung

TECH hat ein hervorragendes Team von Direktoren und Dozenten aus den Bereichen Pharmazie, Marketing und Werbung zusammengestellt. Ein erfahrenes Dozententeam, das sich durch seinen ausgezeichneten beruflichen Hintergrund und seine menschlichen Qualitäten auszeichnet. Diese beiden Faktoren ermöglichen es den Studenten, von den besten Experten eine erfolgreiche Aktualisierung der Marketingstrategien und der Sichtbarkeit in der Parapharmazie zu erhalten. Darüber hinaus können sie während der gesamten 6-monatigen Dauer des Programms alle inhaltlichen Fragen stellen.



“

*Ihnen stehen echte Spezialisten für Marketing und Parapharmazie zur Verfügung, die über umfangreiche Berufserfahrung in beiden Bereichen verfügen"*

## Leitung



### Fr. Forner Puig, María José

- Apothekerin und Expertin für Phytotherapie. Produktspezialistin bei Laboratorios Arkopharma
- Apothekerin in der Apotheke Traver-Martin
- Masterstudiengang in Diätetik, Ernährung und Ernährungsberatung von Sefhor (Spanische Gesellschaft für Fortbildung)
- Experte für Ernährung, Diätetik und Phytotherapie an der UNED
- Universitätskurs in Sporternährung im Fußball von der Barça Innovation Hub Universiti
- Hochschulabschluss in Pharmazie von der Universität von Valencia



## Professoren

### Fr. Sáenz Suárez, Lucía

- ◆ Koordinatorin und Verantwortliche für Akkreditierungen bei RICOFSE
- ◆ Apothekerin in der Apotheke González García
- ◆ Apothekerin in der Apotheke Moreno Menayo
- ◆ Produktspezialistin bei Laboratorios Arkopharma
- ◆ Verkaufsdelegierte für Dermokosmetik bei A.G.FARMA
- ◆ Verkaufsdelegierte für den Bereich Säuglingsnahrung bei Nestlé
- ◆ Pharmareferentin bei Grupo Juste
- ◆ Masterstudiengang in Betriebswirtschaft an der Hochschule für Industrielle Organisation
- ◆ Universitätsexperte in Ernährung, Diätetik und Phytotherapie in der Gemeinschaftsmedizin an der UNED
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität von Sevilla

### Fr. Campos García, Silvia

- ◆ Gründerin von Con Principio Activo, tu farmacoach
- ◆ Hotelmanagerin bei Grupo 3 Galeón
- ◆ Leiterin der Apotheke Silvia Campos
- ◆ Leiterin eines Schönheitszentrums bei Beauty Sense
- ◆ Kurs für Expertencoaching von Create Coaching
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität CEU San Pablo

### Fr. Dubal, Lorena

- ◆ Managerin in der Apotheke Trébol Guillem de Castro
- ◆ Ausbildung zur Stillberaterin von Educatra
- ◆ Spezialisierung auf Dermopharmazie und Kosmetik an der Universität von Murcia
- ◆ Spezialistin für Multidermascope Dermoanalyser in der Patientenpathologie
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie

# 04

## Struktur und Inhalt

Der Lehrplan dieses Universitätsexperten wurde von einem auf Marketing und Pharmazie spezialisierten Dozententeam entwickelt. Beide Bereiche spiegeln sich in einem Lehrplan wider, der den Pharmazeuten die neuesten Strategien des Trademarketings, die Techniken und Instrumente zur Erstellung eines Marketingplans und die effizientesten Verfahren zur Erzielung einer maximalen Rentabilität bei jedem parapharmazeutischen Projekt vermittelt. All dies wird durch didaktisches Material auf höchstem Niveau ergänzt, auf das die Studenten 24 Stunden am Tag und 7 Tage in der Woche zugreifen können.





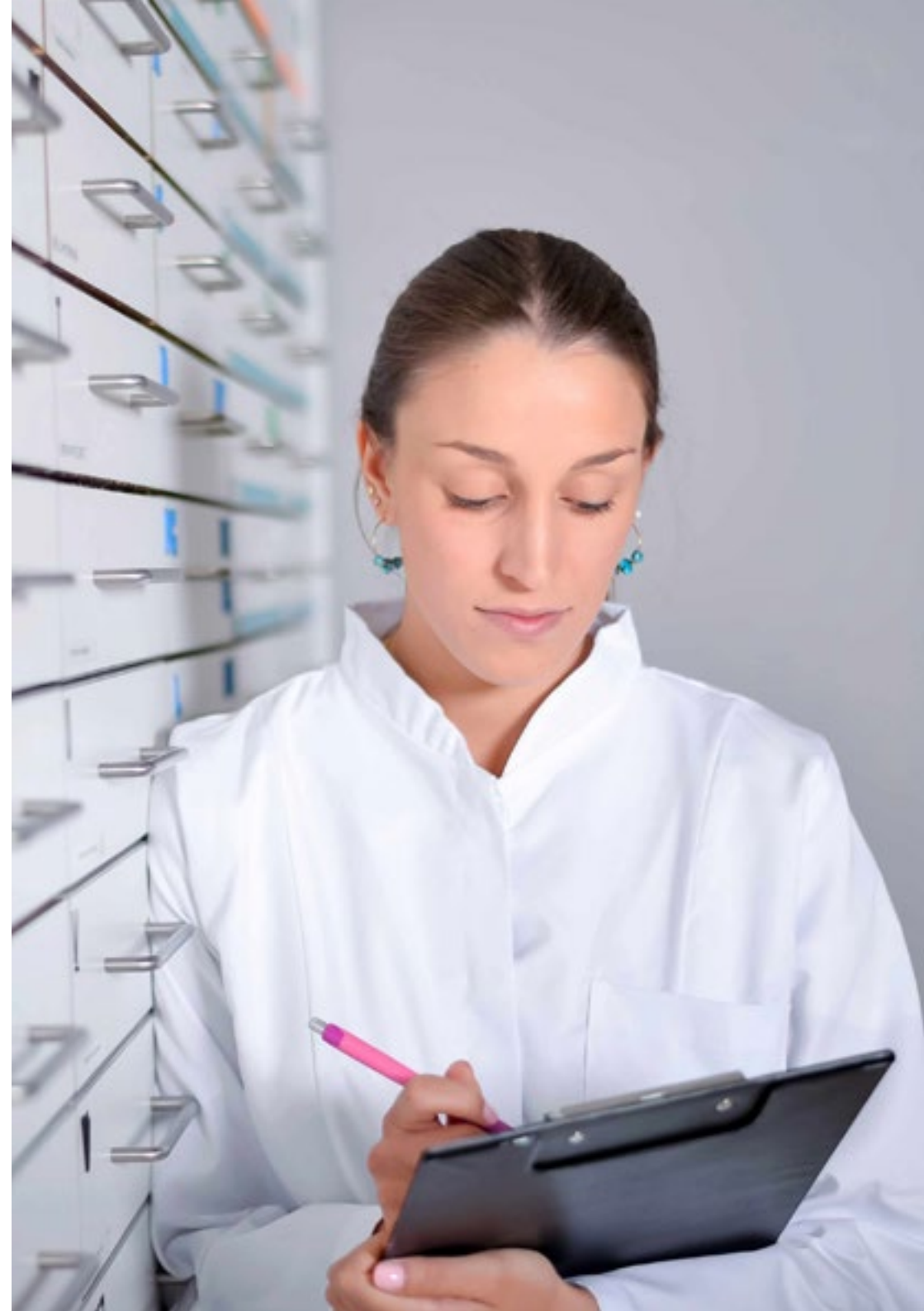


“

*Ein theoretisch-praktischer Lehrplan, ergänzt durch multimediale Materialien, Lektüre und zahlreiche didaktische Hilfsmittel, auf die Sie 24 Stunden am Tag zugreifen können"*

## Modul 1. Trademarketing in der Parapharmazie

- 1.1. Trademarketing: Funktionen
  - 1.1.1. Definition des *Trade marketings*
  - 1.1.2. Funktionen des pharmazeutischen Trademarketings
  - 1.1.3. Wichtigste Trademarketingtechniken
  - 1.1.4. Die 4 P
- 1.2. Lager der Parapharmazie
  - 1.2.1. Was ist die Parapharmazie-Lager
  - 1.2.2. Höhe der Exposition
  - 1.2.3. Heiße Punkte
  - 1.2.4. Kalte Punkte
- 1.3. Die Arbeitsplatte
  - 1.3.1. Tipps für eine schillernde Arbeitsplatte
  - 1.3.2. Layout der Arbeitsplatte
  - 1.3.3. Die Bedeutung der Arbeitsplatte
  - 1.3.4. Saisonale Platzierung der Arbeitsplatte
- 1.4. Die intelligente Kassenschublade *Cashkeeper*
  - 1.4.1. Definition
  - 1.4.2. Struktur
  - 1.4.3. Wofür ist es gedacht
  - 1.4.4. Vorteile der Nutzung
- 1.5. Parapharmazie Schaufenster
  - 1.5.1. Tipps für ein schillerndes Schaufenster
  - 1.5.2. Layout des Schaufensters
  - 1.5.3. Die Bedeutung der Schaufenster
  - 1.5.4. Saisonale Platzierung der Schaufenster
- 1.6. *Sell in, sell out* bei Parapharmazie
  - 1.6.1. Unterschiede zwischen *Sell In* und *Sell Out*
  - 1.6.2. Was ist *Sell in*?
  - 1.6.3. Was ist *Sell out*?
  - 1.6.4. Die *Sell in* y el *Sell out* als Leistungsindikatoren



- 1.7. Lieferanten als *Partner*
    - 1.7.1. Einbeziehung der Lieferanten
    - 1.7.2. *Merchandising*
    - 1.7.3. Arten von Lieferanten
    - 1.7.4. Synergie zwischen Lieferant und Parapharmazie
  - 1.8. Mobile Marketing in der Parapharmazie
    - 1.8.1. Definition
    - 1.8.2. Hauptstrukturen
    - 1.8.3. Ziele
    - 1.8.4. Multi-Gerät
  - 1.9. Soziales Marketing in der Parapharmazie
    - 1.9.1. Definition
    - 1.9.2. Hauptstrukturen
    - 1.9.3. Ziele
    - 1.9.4. Analyse von Einstellungen, Überzeugungen, Werten und Verhaltensmustern
  - 1.10. Video-Marketing in der Parapharmazie
    - 1.10.1. Definition
    - 1.10.2. Hauptstrukturen
    - 1.10.3. Ziele
    - 1.10.4. Inhalt und Format des Videos
- 
- Modul 2. Rentabilität der Parapharmazie**
- 2.1. Buchhaltung und Finanzen einer Parapharmazie
    - 2.1.1. Grundlegende Aspekte der Buchhaltung
    - 2.1.2. Aktiva in der Buchhaltung der Parapharmazie
    - 2.1.3. Passiva in der Buchhaltung der Parapharmazie
    - 2.1.4. Typen von MwSt. Steuern
  - 2.2. Management der Einkäufe
    - 2.2.1. Lieferanten
    - 2.2.2. Verwaltung der Bestände
    - 2.2.3. A.B.C. Produkte
    - 2.2.4. Arten von Einkäufen in der Parapharmazie
  - 2.3. Verkaufsmanagement
    - 2.3.1. Verkauf der Tätigkeit der Apotheke
    - 2.3.2. POS als Verkaufsinstrument für Parapharmazien
    - 2.3.3. Kosten und Auslagen
    - 2.3.4. Nettogewinn
  - 2.4. Gewinnspanne einer Parapharmazie Laborverkaufspreis, Apothekenverkaufspreis, Endverbraucherpreis
    - 2.4.1. Was ist der Laborverkaufspreis
    - 2.4.2. Berechnung des Endverbraucherpreises
    - 2.4.3. Nettogewinn, Unterschiede zwischen Laborverkaufspreis, Apothekenverkaufspreis und Endverbraucherpreis
    - 2.4.4. Wie man die Gewinnspanne verbessert
    - 2.4.5. Amortisierung der Apotheke
  - 2.5. Verkaufsplan einer Parapharmazie
    - 2.5.1. Wie man einen Verkaufsplan erstellt
    - 2.5.2. Kundentreue
    - 2.5.3. Planung von Verkaufsanreizen
    - 2.5.4. Personalanreize für den Verkauf
  - 2.6. Instrumente zur Untersuchung des Umsatzes einer Parapharmazie
    - 2.6.1. Käuferfahrung für Kunden
    - 2.6.2. *Upselling*
    - 2.6.3. Querverkauf
    - 2.6.4. Packs
    - 2.6.5. Angebotstechniken für Ihre Parapharmazie
  - 2.7. Die wichtigsten Steuerzahlen in der Parapharmazie
    - 2.7.1. Welches man wählen soll Teilhaberschaft mit beschränkter Haftung, Eigentumsgemeinschaft, Aktiengesellschaft oder selbständig
    - 2.7.2. Äquivalenzzuschlag
  - 2.8. Arten von Zahlungen
    - 2.8.1. Zahlungen an Lieferanten
    - 2.8.2. Zahlungsaufschub
  - 2.9. Finanzplan
    - 2.9.1. Investitionsplan
    - 2.9.2. Ausgleich
    - 2.9.3. Der Bargeldhaushalt
    - 2.9.4. Zwischengewinn- und Verlustrechnung
    - 2.9.5. Plan des Schatzamtes

- 2.10. Die Gewinnspanne einer Parapharmazie
  - 2.10.1. Verhandlung mit Lieferanten
  - 2.10.2. Kosteneinsparungen beim Einkauf
  - 2.10.3. Lieferantenrabatte für prompte Zahlung
  - 2.10.4. Ausweitung der Öffnungszeiten der Parapharmazie

### Modul 3. Marketingplan für Parapharmazie

- 3.1. Marketingkonzepte
  - 3.1.1. Einführung in das Allgemeine Marketing
  - 3.1.2. Produktstrategie
  - 3.1.3. Preisstrategie
  - 3.1.4. Segmentierung und Positionierung
- 3.2. Zweck eines Marketingplans für Parapharmazie
  - 3.2.1. Förderung der Umsetzung der kommerziellen Aktivitäten im Verkaufsraum Parapharmazie.
  - 3.2.2. Steigerung des Absatzes von Parapharmazieprodukten
  - 3.2.3. Lagerumschlag für Parapharmazieprodukte
  - 3.2.4. Marke unserer Parapharmazie zu stärken und dem Wettbewerb entgegenzuwirken
- 3.3. Marketingkampagnen der Parapharmazie Typen
  - 3.3.1. Werbekampagne
  - 3.3.2. Testimonial Kampagne
  - 3.3.3. Soziale Netzwerke Marketing-Kampagne
  - 3.3.4. Kampagne zur Produkteinführung
- 3.4. Schritte des Marketingplans
  - 3.4.1. Eine externe und interne Analyse durchführen Extern ist es notwendig zu bewerten
  - 3.4.2. SWOT
  - 3.4.3. Ausarbeitung der Kommunikationsstrategie und des Aktionsplans
  - 3.4.4. Planung des Marketingplans: die Kampagne
  - 3.4.5. Kommunikation mit dem Team
  - 3.4.6. Bewertung der Kampagne



- 3.5. Was ist virales Marketing in der Parapharmazie?
  - 3.5.1. Definition des viralen Marketings
  - 3.5.2. Mund-zu-Mund-Propaganda
  - 3.5.3. Reichweite des viralen Marketings
  - 3.5.4. Beispiele für virales Marketing
- 3.6. Die Identität der Parapharmazie
  - 3.6.1. Identitätsentwicklung
  - 3.6.2. Identitätsmarketing
  - 3.6.3. Identitätstechniken
  - 3.6.4. Schlussfolgerungen
- 3.7. Querverkaufstechniken
  - 3.7.1. Definition
  - 3.7.2. Wichtigste Techniken
  - 3.7.3. Sich davon profitieren
  - 3.7.4. Bewährte Praktiken
- 3.8. *Merchandising* der Parapharmazie
  - 3.8.1. Arten von *Merchandising*
  - 3.8.2. Unterschiedliche *Merchandising*-Interessen
  - 3.8.3. Anbieter „Image der Marke“
  - 3.8.4. Der Verbraucher: Auswahl des Sortiments, Attraktivität
- 3.9. Käuferfahrung für Verbraucher
  - 3.9.1. Arten von Kunden
  - 3.9.2. Personalisierung
  - 3.9.3. Kommunikation mit dem Kunden
  - 3.9.4. Neue Technologien für die Kommunikation mit dem Kunden
- 3.10. Analyse der Parapharmazieverkäufe
  - 3.10.1. Meistverkaufte Produkte
  - 3.10.2. Lagerumschlag, Periodizität
  - 3.10.3. Rentabilität der Investition
  - 3.10.4. Am wenigsten verkaufte Produkte Auslagerung

# 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.





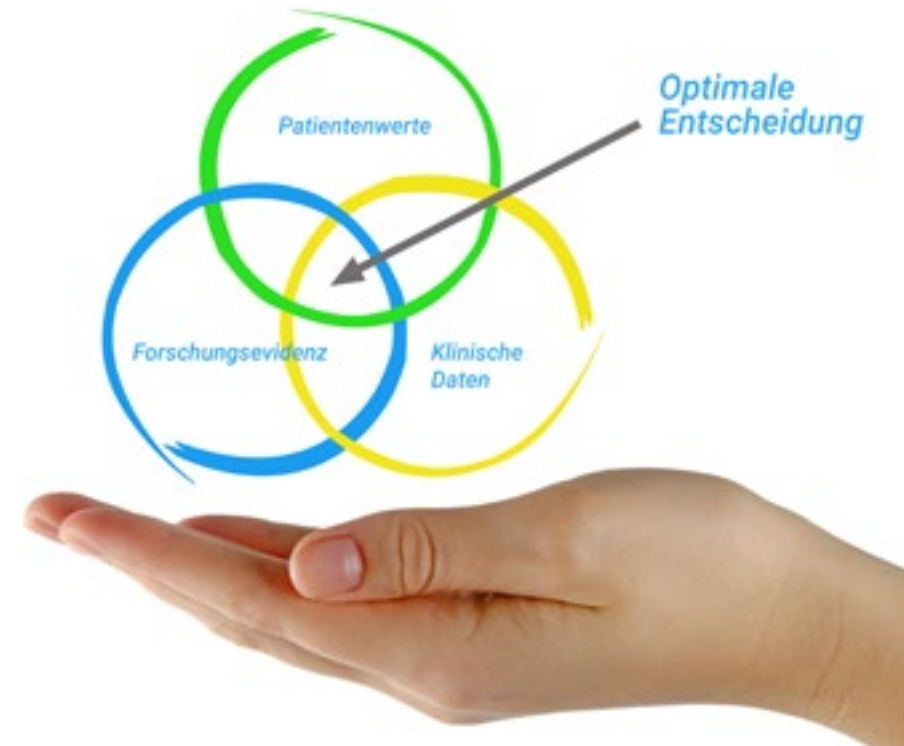
“

*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. Gérvas 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 Marketing Angewandt auf die Parapharmazie 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 Marketing Angewandt auf die Parapharmazie** 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 Technologischen 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 Marketing Angewandt auf die Parapharmazie**

Modalität: **online**

Dauer: **12 Monate**



\*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 innovativen  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institut  
virtuelles Klassenzimmer

**tech** technologische  
universität

Universitätsexperte  
Marketing Angewandt  
auf die Parapharmazie

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Marketing Angewandt  
auf die Parapharmazie