

Universitätskurs Kosmetik-Marketing





tech technologische
universität

Universitätskurs Kosmetik-Marketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 8 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/pharmazie/universitatskurs/kosmetik-marketing

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

Zweifellos kann eine gute Marketingstrategie entscheidend für den Erfolg bei der Produktvermarktung sein, aber sie kann auch zum Scheitern verurteilt sein, wenn nicht die richtigen Botschaften, Kanäle oder Techniken eingesetzt werden. In solchen Fällen sind Marktkontrolle und Management von Marken- und *Performance*-Strategien sowie Instrumente zur Messung der Ergebnisse in den letzten zehn Jahren zu einem gefragten Markenzeichen der Pharma- und Kosmetikindustrie geworden. Aus diesem Grund bietet TECH den Studenten die Möglichkeit, ihre Kenntnisse in diesem Bereich auf den neuesten Stand zu bringen und die Marketingtechniken, die derzeit die besten Ergebnisse erzielen, in die Praxis umzusetzen. Hierzu werden 150 Stunden qualitativ hochwertiges und abwechslungsreiches Material in einem praktischen 100% Online-Format zur Verfügung gestellt.





“

Sind Sie auf der Suche nach einem Studiengang, der Sie auf den neuesten Stand des Kosmetik-Marketings bringt? Wenn die Antwort positiv ausfällt, haben Sie das perfekte Programm gefunden"

Die Bedeutung, die das Marketing in den letzten Jahren erlangt hat, insbesondere in der digitalen Welt im Rahmen der sozialen Medien und des Internets, hat zu immer spezifischeren und personalisierteren Kampagnen geführt, die auf die Marktbedürfnisse und die Anforderungen der Zielgruppen eines bestimmten Produkts zugeschnitten sind. Dies ermöglicht nicht nur die Anpassung der Techniken an unterschiedliche Situationen, sondern auch die Analyse der Ergebnisse, um mögliche Fehler zu erkennen, zu korrigieren und bei künftigen Markteinführungsstrategien zu vermeiden.

Unternehmen wie L'Oréal oder Rimmel London sind gute Beispiele dafür, da sie ihre Werbung auf die richtigen, für den Verbraucher wichtigen Informationen in einem einfachen und direkten Stil ausgerichtet und damit Millionengewinne erzielt haben. Um Fachleuten der kosmetischen Pharmakologie detaillierte Kenntnisse über die neuesten Marketingentwicklungen in diesem Bereich zu vermitteln, hat TECH beschlossen, diesen Universitätskurs zu entwickeln. Es handelt sich um ein umfassendes Programm, das es den Studenten ermöglicht, sich mit den Techniken und Strategien vertraut zu machen, die derzeit die besten Ergebnisse erzielen, und ihre Fähigkeiten und Kompetenzen im Umgang mit Online- und Offline-Tools zur optimalen Vermarktung von Kosmetikprodukten zu perfektionieren.

All dies in einem bequemen und zugänglichen 100% Online-Format mit 150 Stunden der besten theoretischen und praktischen Inhalte sowie verschiedenen zusätzlichen Materialien. Es wird ab Beginn der akademischen Erfahrung verfügbar sein und kann von jedem Gerät mit Internetanschluss heruntergeladen und konsultiert werden. Auf diese Weise kann der Student sein Studium individuell und nach seinen eigenen zeitlichen Möglichkeiten gestalten, ohne an Stundenpläne oder Präsenzveranstaltungen gebunden zu sein.

Dieser **Universitätskurs in Kosmetik-Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ◆ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten aus dem Bereich kosmetische Wissenschaft und Technologie vorgestellt werden
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ◆ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ◆ 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



Ohne feste Stundenpläne oder Präsenzunterricht ist dieser Universitätskurs die beste Option auf dem akademischen Markt, Ihre Marketingfähigkeiten zu perfektionieren"



Sie erhalten einen Einblick in die verschiedenen Vertriebskanäle, die es derzeit gibt, mit besonderem Schwerpunkt auf deren den Vor- und Nachteile"

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Fachleute aus führenden Einrichtungen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situieretes 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 Studiengangs konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkräfte versuchen müssen, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck werden sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Eine multidisziplinäre und dynamische Möglichkeit, Ihre Fähigkeiten im Management von Offline- und Online-Tools für B2C und B2B zu perfektionieren.

Sie können von jedem Gerät mit Internetanschluss auf die virtuelle Studienplattform zugreifen, so dass Sie jederzeit die Möglichkeit haben, im Studium voranzukommen.



02 Ziele

TECH hat diesen Universitätskurs entwickelt, damit der Student die umfassendsten und innovativsten Informationen erhält, die es ihm ermöglichen, die Strategien und Techniken zur Durchführung einer erfolgreichen Marketingkampagne im Detail zu verstehen. Zu diesem Zweck stehen ihm 150 Stunden theoretischer, praktischer und ergänzender Inhalte sowie die modernsten akademischen Hilfsmittel zur Verfügung. Mit anderen Worten, alles, was er braucht, um seine Erwartungen zu erfüllen und den größtmöglichen Nutzen aus dieser akademischen Erfahrung zu ziehen.



“

TECH entwickelt ihre Studiengänge unter Berücksichtigung der Bedürfnissen von Fachkräften wie Sie. Das garantiert Ihnen, dass Sie mit diesem Programm selbst Ihre anspruchsvollsten akademischen Ziele übertreffen können"



Allgemeine Ziele

- ◆ Analysieren der Märkte und Kategorien
- ◆ Festlegen der quantitativen und qualitativen Ziele
- ◆ Erarbeiten von Strategien
- ◆ Entwickeln und Umsetzen eines Aktionsplans
- ◆ Festlegen von KPIs und Messen der Ergebnisse



Möchten Sie die wichtigsten Messtechniken im Marketing beherrschen? Mit diesem Programm erreichen Sie dies in weniger als 6 Wochen"





Spezifische Ziele

- ◆ Schaffen von Wachstumsmöglichkeiten
- ◆ Vorschlagen von Hilfsmitteln, Maßnahmen und strategischen Hebeln
- ◆ Schätzen von Verkaufseinheiten und Investitionen
- ◆ Vorstellen von *Branding*-Plänen
- ◆ Aufbauen einer Marke
- ◆ Vermitteln von Differenzierung und Mehrwert

03

Kursleitung

Sowohl für die Leitung als auch für die akademische Lehre dieses Programms hat TECH einen Dozentenstab ausgewählt, der sich aus Fachleuten aus der Welt der Pharmakologie zusammensetzt, die über Erfahrung im Marketing und im Management von Werbekampagnen für Kosmetika verfügen. Es handelt sich um Fachleute, die in der Praxis tätig sind und daher die Techniken und Strategien, die auf dem Markt die besten Ergebnisse erzielen, im Detail kennen.



Three blue pens with gold accents are shown in the top left corner, angled diagonally. The background is split into a white lower-left section and a green upper-right section.

“

Sie werden von dem Dozententeam unterstützt, das speziell ausgewählt wurde, um Sie anzuleiten und zu helfen, das Beste aus dieser akademischen Erfahrung herauszuholen"

Leitung



Dr. Mourelle Mosqueira, María Lourdes

- ◆ Forschungsexpertin in der Kosmetikwissenschaft
- ◆ Technische Direktorin von Balcare Cosmetics
- ◆ Forscherin in der Gruppe FA2 der Abteilung für angewandte Physik der Universität von Vigo
- ◆ Autorin von Veröffentlichungen über Kosmetikwissenschaft
- ◆ Dozentin für Grund- und Aufbaustudiengänge auf dem Gebiet der Kosmetikwissenschaft
- ◆ Präsidentin der Iberoamerikanischen Gesellschaft für Thalassotherapie
- ◆ Sekretärin der Galizischen Gesellschaft für Thermalpeloide
- ◆ Promotion in angewandter Physik von der Universität von Vigo
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität von Santiago de Compostela
- ◆ Hochschulabschluss in Ernährung und Diätetik an der Universität von Granada

Professoren

Fr. Seghers Carreras, Beatriz

- ◆ Marketing-Managerin bei Cantabria Labs
- ◆ Marketingkoordinatorin bei Apivita
- ◆ Assistentin für Sicherheit und Bewertung kosmetischer Produkte bei Bellssan Healthcare
- ◆ Masterstudiengang in Kosmetik und Dermopharmazie am Zentrum für Höhere Studien der Pharmazeutischen Industrie (CESIF)
- ◆ Masterstudiengang in Marketing und Kommunikationsmanagement der Vertice Business School
- ◆ Hochschulabschluss in Chemiewissenschaften an der Universität Complutense von Madrid



04

Struktur und Inhalt

TECH wendet in allen Studiengängen die angesehene und effiziente Lehrmethode des *Relearning* an, bei der die wichtigsten Konzepte des gesamten Studiengangs wiederholt werden. Dies ermöglicht den Studenten, ihre Kenntnisse schrittweise und auf natürliche Weise zu aktualisieren, ohne zusätzliche Stunden für das Auswendiglernen aufwenden zu müssen. Dies wird noch durch die Qualität und Vielfalt der zusätzlichen Materialien verstärkt, die Dynamik und Vielseitigkeit zu einer einzigartigen Erfahrung im akademischen Bereich machen.





“

Auf der virtuellen Plattform finden Sie ausführliche Videos, dynamische Zusammenfassungen, Forschungsartikel und vieles mehr an hochwertigem Zusatzmaterial, um das Thema auf persönliche Weise zu vertiefen"

Modul 1. Marketing im Bereich der Kosmetik

- 1.1. Angewandtes Marketing
 - 1.1.1. Marketing-Elemente
 - 1.1.2. Marketing-Begriffe
 - 1.1.3. Besonderheiten des Kosmetiksektors
- 1.2. Kunden und Zielmärkte
 - 1.2.1. Kriterien der Segmentierung
 - 1.2.2. *Targeting* Strategien
 - 1.2.3. CRM
- 1.3. Vertriebskanäle
 - 1.3.1. Die Vertriebskanäle
 - 1.3.2. Arten von Vertriebskanälen
 - 1.3.3. Wahl der Vertriebskanäle
- 1.4. Strategische Vision des Kosmetik-Marketings
 - 1.4.1. Analyse
 - 1.4.2. Nutzenversprechen
 - 1.4.3. Wachstumstreiber
- 1.5. *Branding* und *Performance*
 - 1.5.1. Konversionstrichter
 - 1.5.2. *Branding*-Strategien
 - 1.5.3. *Performance*-Strategien
- 1.6. Offline- und Online-Tools
 - 1.6.1. Konventionelle B2C-Tools
 - 1.6.2. Offline-B2B-Tools
 - 1.6.3. Digitale Tools für B2C und B2B





- 1.7. Schlüsselkennzahlen
 - 1.7.1. Online-Kennzahlen
 - 1.7.2. Offline-Kennzahlen
 - 1.7.3. Vertriebskennzahlen
- 1.8. Finanzielle Aspekte
 - 1.8.1. Finanzielle Aspekte, Bedingungen
 - 1.8.2. Gewinnspannen und Rentabilität
 - 1.8.3. GuV
- 1.9. Neue Trends im Kosmetik-Marketing
 - 1.9.1. Trends in der Formulierung kosmetischer Produkte
 - 1.9.2. Tendenzen beim Verkauf kosmetischer Mittel
 - 1.9.3. Neue Nutzergewohnheiten
- 1.10. Interaktion mit anderen Geschäftsbereichen und Abteilungen
 - 1.10.1. Marketing und Kommunikation
 - 1.10.2. Marketing und Vertrieb
 - 1.10.3. Marketing und Ausbildung

“*Zögern Sie nicht länger und investieren Sie in ein Programm, das Ihnen Ergebnisse garantiert, die den Anforderungen des Pharmaberufs gerecht werden*”

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.



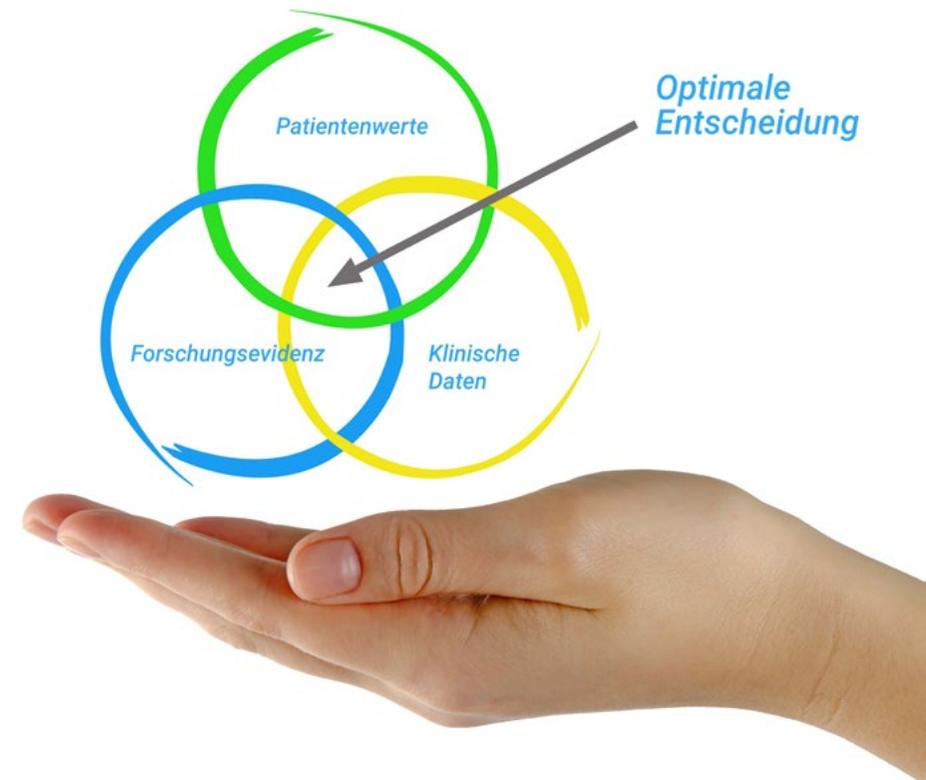


Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

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 die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt.



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 nachzuvollziehen.

“

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 eingeführt”

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Die 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 Studierenden 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 Methodik

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 ausgebildet. 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 TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt den Studierenden die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die aktuellsten Verfahren der pharmazeutischen Versorgung näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Strenge, erklärt und detailliert, um zur Assimilierung 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.

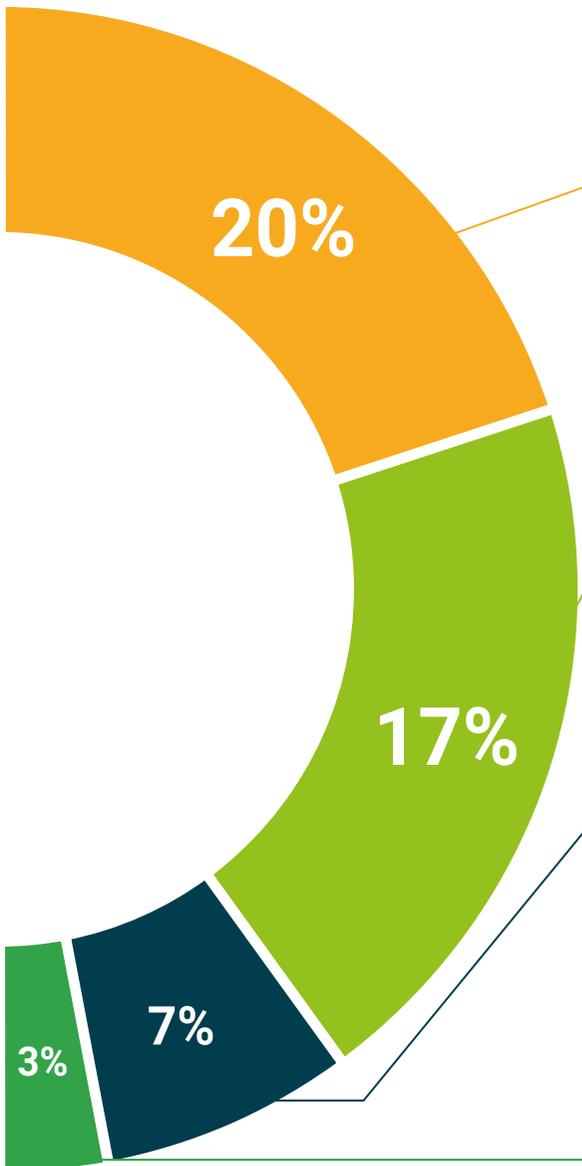
Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Von Experten geleitete und von Fachleuten durchgeführte 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.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



Meisterklassen

Es gibt wissenschaftliche Belege für den Nutzen der Beobachtung durch Dritte: Lernen von einem Experten stärkt das Wissen und die Erinnerung und schafft Vertrauen für künftige schwierige Entscheidungen.



Leitfäden für Schnellmaßnahmen

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



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Kosmetik-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 **Universitätskurs in Kosmetik-Marketing** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche 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: **Universitätskurs in Kosmetik-Marketing**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 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 innovativen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Kosmetik-Marketing

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 8 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs Kosmetik-Marketing

