

Universitätskurs

Marketingplan für Parapharmazie





Universitätskurs Marketingplan für Parapharmazie

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

Internetzugang: www.techtitute.com/de/pharmazie/universitatskurs/marketingplan-parapharmazie

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

Steigerung des Umsatzes, Verbesserung des Lagerumschlags oder Stärkung der Kundenbindung. Was auch immer die Ziele der Apotheke sind, sie muss über eine ausgezeichnete Marketingstrategie verfügen, um sie zu erreichen. Die digitale Transformation und die Verbrauchergewohnheiten haben auch diesen Sektor verändert, so dass die Apotheker alle Trends kennen müssen, um ihren Aktionsplan anpassen zu können. Um diese Aktualisierung zu erleichtern, hat TECH diese 100%ige Online-Weiterbildung ins Leben gerufen, die die neuesten Informationen über die Durchführung von Werbekampagnen, die Analyse der Konkurrenz oder die Wahl der am besten geeigneten Maßnahmen zur Erreichung der gesetzten Ziele bietet. Und das alles mit erstklassigen Inhalten, die von echten Fachleuten des Sektors erstellt wurden.



“

*Ein 100%iger Online-Universitätskurs,
mit dem Sie Ihren Marketingplan für
Parapharmazie mit den neuesten
Querverkaufstrategien aktualisieren
können"*

Der parapharmazeutische Sektor hat in den letzten Jahren ein starkes Wachstum erlebt. Dieses Wachstum geht Hand in Hand mit dem digitalen Wandel und dem wachsenden Interesse der Bevölkerung an Gesundheit. In diesem Kontext zwingt der starke Wettbewerb die Apotheker dazu, Strategien zu entwickeln, um sich von der Konkurrenz abzuheben und das Image der eigenen Marke zu verbessern.

Diese Ziele können erreicht werden, wenn die Marketingplanung alle Elemente berücksichtigt, aus denen sie sich zusammensetzt. In diesem Zusammenhang ist es für Fachleute unerlässlich, ihre Kenntnisse in diesem Bereich auf dem neuesten Stand zu halten. Aus diesem Grund hat TECH diesen 6-wöchigen Universitätskurs ins Leben gerufen, der von den besten Fachleuten aus den Bereichen Kommunikation, Werbung und Parapharmazie geleitet wird.

Ein intensiver Auffrischkurs, der die Studenten in die Lage versetzt, die am besten geeignete Wahl der Produktstrategie, des Preises, die Durchführung von Werbekampagnen über verschiedene Kanäle oder die Durchführung einer umfassenden Analyse der Konkurrenz und des Zielpublikums zu vertiefen. Kurz gesagt, ein Inhalt, der es Ihnen ermöglicht, einen Plan von Anfang bis Ende im Einklang mit den neuen technologischen Zeiten zu entwickeln.

Zu diesem Zweck werden die Studenten Zugang zu multimedialem Lehrmaterial haben, das aus Videozusammenfassungen, ausführlichen Videos, Fachliteratur und Fallstudien besteht und rund um die Uhr von jedem elektronischen Gerät mit Internetanschluss abgerufen werden kann.

Dies ist eine ausgezeichnete Gelegenheit, die neuesten Grundlagen für die Erstellung eines Marketingplans in einem flexiblen und bequemen Hochschulstudium zu erlernen. Da es keinen Präsenzunterricht und keine festen Unterrichtszeiten gibt, haben die Studenten mehr Freiheit, ihr Studium selbst zu organisieren und ihre täglichen Verpflichtungen mit einem hochwertigen Programm zu verbinden.

Dieser **Universitätskurs in Marketingplan für Parapharmazie** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Seine herausragendsten 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



In nur 150 Unterrichtsstunden lernen Sie das Wesentliche, um sich im parapharmazeutischen Sektor durch bestes Marketing zu differenzieren"

“

Beginnen Sie eine Marketing-Kampagne für Soziale Netzwerke mit den erfolgreichsten Techniken, die in diesem Programm gezeigt werden“

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie renommierte Fachleute von Referenzgesellschaften 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.

Mit dieser Fortbildung sind Sie in der Lage, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und das Markenprestige Ihrer Parapharmazie zu steigern.

Wollen Sie wissen, welche Maßnahmen die Steigerung des Absatzes von parapharmazeutischen Produkten begünstigen? Lernen Sie es in diesem Universitätskurs.



02 Ziele

Ziel dieses Universitätskurses ist es, Hochschulabsolventen mit den effektivsten Marketingmaßnahmen für Parapharmazeutika vertraut zu machen. Zu diesem Zweck haben die Dozenten einen Lehrplan für Fortgeschrittene entwickelt, der Fallstudien enthält, die eine praktische Sichtweise vermitteln und die Studenten in reale Situationen versetzen, die es ihnen ermöglichen, die richtigen Entscheidungen zu treffen, um die beste Marketing- oder Werbestrategie zu entwickeln.



“

Sie werden in der Lage sein, von Anfang bis Ende den wirksamsten Marketingplan zu erstellen, um Ihr Parapharmazie-Projekt wachsen zu lassen"



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





Spezifische Ziele

- ◆ 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



Aktualisieren Sie Ihre Kenntnisse über die verschiedenen Marketingkampagnen für Soziale Netzwerke und erhöhen Sie die Sichtbarkeit Ihrer Parapharmazie"

03

Kursleitung

TECH verfügt über ein exzellentes Dozententeam, das auf Kommunikation und Beratung großer nationaler und internationaler Unternehmen spezialisiert ist, die die besten Marketingstrategien benötigen. Auf diese Weise garantiert die Universität den Studenten den Zugang zu einem inhaltlich hochwertigen Abschluss an der Spitze der akademischen Szene. Eine einzigartige Gelegenheit, Ihr Wissen mit echten Experten auf den neuesten Stand zu bringen.



“

Kommunikationsspezialisten, die sich für Ihr Marketing-Update engagieren, zeigen Ihnen die besten Techniken, um die Marke Ihrer Parapharmazie zu stärken“

Leitung



Herr Álvarez de la Gala Pasquín, Ricardo

- ◆ CEO von Farmalínea Healthcare
- ◆ Hauptgeschäftsführer in der Abteilung Marketing und Geschäftsentwicklung von GNB Farma
- ◆ Gruppen-Produktmanager Kapital Pharma/Pharma OTC
- ◆ Account Direktor mehrerer auf den Pharmasektor spezialisierter Werbeagenturen
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität Complutense von Madrid

Professoren

Fr. Fernández Roma, Nuria

- ◆ Direktorin und Marketingberaterin
- ◆ Dozentin für digitale Fotografie
- ◆ Entwicklerin eines Plans zur sozialen Verantwortung des Unternehmens
- ◆ Masterstudiengang in Online-Medienkommunikation, Marketing und Werbung des Istituto Europeo di Design Madrid



04

Struktur und Inhalt

Die Struktur dieses Kurses ermöglicht es dem Apotheker, innerhalb von 6 Wochen die wichtigsten Strategien zu erlernen, die in einem auf die Parapharmazie ausgerichteten Marketingplan enthalten sein müssen. Ein Lehrplan, der auch *Best Practices* für Cross-Selling-Techniken beinhaltet, befasst sich mit dem Kundenerlebnis und der Personalisierung der Kommunikation mit dem Kunden. Und das alles in einer virtuellen Bibliothek, die 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche zugänglich ist.





“

Das Relearning-System ermöglicht es Ihnen, die in diesem Programm behandelten zentralen Begriffe zu festigen"

Modul 1. Marketingplan für Parapharmazie

- 1.1. Marketingkonzepte
 - 1.1.1. Einführung in das Allgemeine Marketing
 - 1.1.2. Produktstrategie
 - 1.1.3. Preisstrategie
 - 1.1.4. Segmentierung und Positionierung
- 1.2. Zweck eines Marketingplans für Parapharmazie
 - 1.2.1. Fördern der Durchführung marketingorientierter Maßnahmen im Verkaufsraum Parapharmazie
 - 1.2.2. Steigerung des Absatzes von Parapharmazieprodukten
 - 1.2.3. Lagerumschlag für Parapharmazieprodukte
 - 1.2.4. Marke unserer Parapharmazie zu stärken und dem Wettbewerb entgegenzuwirken
- 1.3. Marketingkampagnen der Parapharmazie Typen
 - 1.3.1. Werbekampagne
 - 1.3.2. Testimonial Kampagne
 - 1.3.3. Soziale Netzwerke Marketing-Kampagne
 - 1.3.4. Kampagne zur Produkteinführung
- 1.4. Schritte des Marketingplans
 - 1.4.1. Eine externe und interne Analyse durchführen Extern ist es notwendig zu bewerten
 - 1.4.2. SWOT
 - 1.4.3. Ausarbeitung der Kommunikationsstrategie und des Aktionsplans
 - 1.4.4. Planung des Marketingplans: die Kampagne
 - 1.4.5. Kommunikation mit dem Team
 - 1.4.6. Bewertung der Kampagne
- 1.5. Was ist virales Marketing in der Parapharmazie?
 - 1.5.1. Definition des viralen Marketings
 - 1.5.2. Mund-zu-Mund-Propaganda
 - 1.5.3. Reichweite des viralen Marketings
 - 1.5.4. Beispiele für virales Marketing



- 1.6. Die Identität der Parapharmazie
 - 1.6.1. Identitätsentwicklung
 - 1.6.2. Identitätsmarketing
 - 1.6.3. Identitätstechniken
 - 1.6.4. Schlussfolgerungen
- 1.7. Querverkaufstechniken
 - 1.7.1. Definition
 - 1.7.2. Wichtigste Techniken
 - 1.7.3. Sich davon profitieren
 - 1.7.4. Bewährte Praktiken
- 1.8. *Merchandising* der Parapharmazie
 - 1.8.1. Arten von *Merchandising*
 - 1.8.2. Unterschiedliche *Merchandising*-Interessen
 - 1.8.3. Anbieter „Image der Marke“
 - 1.8.4. Der Verbraucher: Auswahl des Sortiments, Attraktivität
- 1.9. Käuferfahrung für Verbraucher
 - 1.9.1. Arten von Kunden
 - 1.9.2. Personalisierung
 - 1.9.3. Kommunikation mit dem Kunden
 - 1.9.4. Neue Technologien für die Kommunikation mit dem Kunden
- 1.10. Analyse der Parapharmazieverkäufe
 - 1.10.1. Meistverkaufte Produkte
 - 1.10.2. Lagerumschlag, Periodizität
 - 1.10.3. Rentabilität der Investition
 - 1.10.4. 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 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 Marketingplan für 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 **Universitätskurs in Marketingplan für Parapharmazie** 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 Marketingplan für Parapharmazie**

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

tech technologische
universität

Universitätskurs
Marketingplan
für Parapharmazie

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

Universitätskurs

Marketingplan für Parapharmazie

