

Executive Master

MBA in Management von
Pharma-Biotech-Unternehmen

M B A M P B U



Executive Master MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen
Wirtschaft, Medizin, Pharmazie, Biologie oder Chemie erworben haben

Internetzugang: www.techtitute.com/de/wirtschaftsschule/masterstudiengang/masterstudiengang-mba-management-pharma-biotech-unternehmen

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Kompetenzen

Seite 20

06

Struktur und Inhalt

Seite 26

07

Methodik

Seite 40

08

Profil unserer Studenten

Seite 48

09

Kursleitung

Seite 52

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 58

11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 62

12

Qualifizierung

Seite 66

01

Willkommen

Aufgrund der regulierten und wettbewerbsorientierten Natur der pharmazeutischen und biotechnologischen Industrie steht die Unternehmensführung vor einzigartigen Herausforderungen. Die ständige Weiterentwicklung der wissenschaftlichen Erkenntnisse, der technologische Fortschritt und die sich ändernden Vorschriften haben den Bedarf an spezialisierter und aktueller Ausbildung für die wichtigsten Akteure in diesem Sektor geschaffen. Manager müssen daher sowohl über wissenschaftliche und technische Kenntnisse als auch über ein Verständnis für die kommerziellen und finanziellen Aspekte des Unternehmens verfügen. Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, hat TECH ein Programm entwickelt, das Studenten zu Experten auf dem Gebiet der Unternehmensführung macht. Dieser Studiengang wird in einem 100%igen Online-Format angeboten, so dass Sie jederzeit und überall flexibel auf die Inhalte zugreifen können, ohne zeitliche Einschränkungen.



Executive Master MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen
TECH Technologische Universität



“

*Dank TECH werden Sie
wichtige Management- und
Führungsfähigkeiten erlernen”*

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95% | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.



TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Das Hauptziel dieses Studiengangs ist es, Fachleuten das Handwerkszeug zu vermitteln, das sie in die Lage versetzt, über das Wissen und die Fähigkeiten zu verfügen, die für den Erfolg in der Pharma- und Biotechnologiebranche unerlässlich sind. Auf diese Weise werden sie darauf vorbereitet, Schlüsselrollen in grundlegenden Bereichen wie der Arzneimittelforschung und -entwicklung, dem Projektmanagement sowie der Produktion und Herstellung dieser Produkte zu übernehmen,



“

*Mit diesem Programm aktualisieren
Sie Ihr Wissen über strategisches
Management in der pharmazeutischen
und biotechnologischen Industrie“*

TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen.
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.

Der Executive Master MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Erwerben von Wissen über die Geschichte
des strategischen Managements

04

Optimieren der Verwaltung des Betriebskapitals

02

Kategorisieren der verschiedenen
Definitionen im Laufe der Zeit

03

Bewerten der finanziellen Effizienz

05

Verstehen der verschiedenen Arten von Gesundheitssystemen,
wie beispielsweise den öffentlichen, privaten (private
Versicherungen) und der subventionierten Gesundheitsversorgung



06

Beurteilen der unerfüllten Bedürfnisse der Patienten und des Managements chronischer Erkrankungen

08

Kennen der Struktur, Organisation und Funktionen des nationalen Gesundheitssystems

09

Vertiefen der Schritte, die bei der Planung des Marktzugangs eines neuen Medikaments befolgt werden müssen

07

Verstehen, was Marktzugang ist und wie der Bedarf für diese Funktion in der pharmazeutischen Industrie entsteht

10

Überprüfen der Punkte, die in einer Phase vor der Entwicklung des Zugangsplans analysiert werden sollten, um das Umfeld und die Wettbewerber zu verstehen



11

Verstehen der Fähigkeiten und der ethischen Grundsätze des Coaches

12

Verstehen des Wesens von Coaching und seiner Ausrichtung auf das Lernen

13

Erwerben von Grundkenntnissen über die grundlegenden Konzepte der Führung und ihre Anwendung in der pharmazeutischen Industrie





14

Verstehen und Einordnen von Führungstheorien, Erforschen des Führungsprozesses und der verschiedenen existierenden Stile und Modelle

15

Erreichen eines effektiven Instruments zur Erzielung von Ergebnissen

16

Definieren von einzigartigen und differenzierten Wertangeboten

05

Kompetenzen

Dieser Executive Master bietet Fachleuten eine einzigartige Gelegenheit, grundlegende Kompetenzen zu erwerben, die es ihnen ermöglichen, im Bereich der Pharma- und Biotechnologiebranche erfolgreich zu sein. Fachleute, die dieses Programm absolvieren, werden wissenschaftliche, technische, regulatorische, betriebswirtschaftliche und innovative Denkfähigkeiten erwerben. Sie werden darauf vorbereitet sein, die Herausforderungen zu meistern und die Chancen in dieser schnell wachsenden Branche zu nutzen.



“

*In nur 12 Monaten lernen Sie mehr über
Pharma-Biotech-Marketing und können
Ihre Karriere zu neuen Horizonten führen"*

01

Verstehen der Bedeutung der Unternehmensethik

02

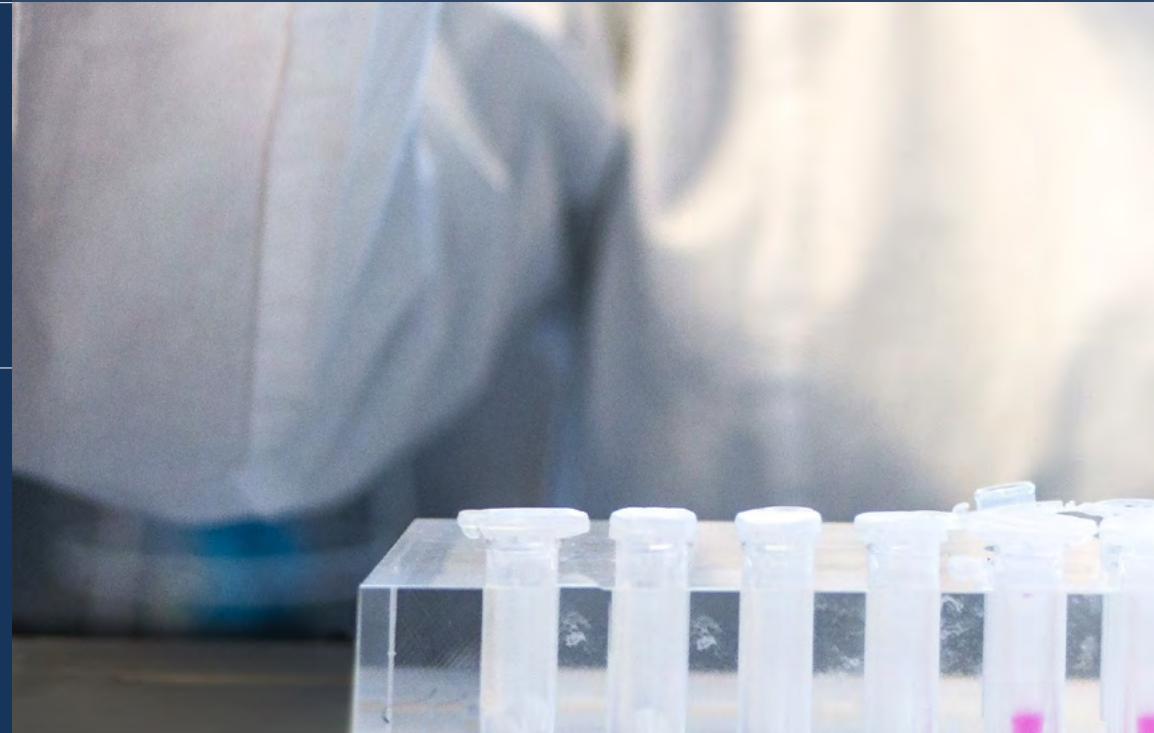
Bewerten der ökologischen Nachhaltigkeit
im Unternehmenskontext

03

Optimieren der Lieferkette

04

Sicherstellen der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften



05

Bewerten von Aspekten des Ethikkodex, wie z. B. die Arzt-Patienten-Beziehung, die Qualität der medizinischen Versorgung, das Berufsgeheimnis, die Ablehnung der Wissenschaft, die Arzt-Arzt-Beziehung und die medizinische Werbung

06

Analysieren der Interaktion der Market-Access-Fachleute mit anderen Abteilungen der pharmazeutischen Industrie

07

Überprüfen der neuesten Trends in der Arzneimittelbewertung (multikriterielle Analyse) und im Arzneimitteleinkauf

08

Eingehen auf die ökonomische Analyse eines Arzneimittels und Unterscheidung zwischen partiellen und vollständigen wirtschaftlichen Bewertungen



09

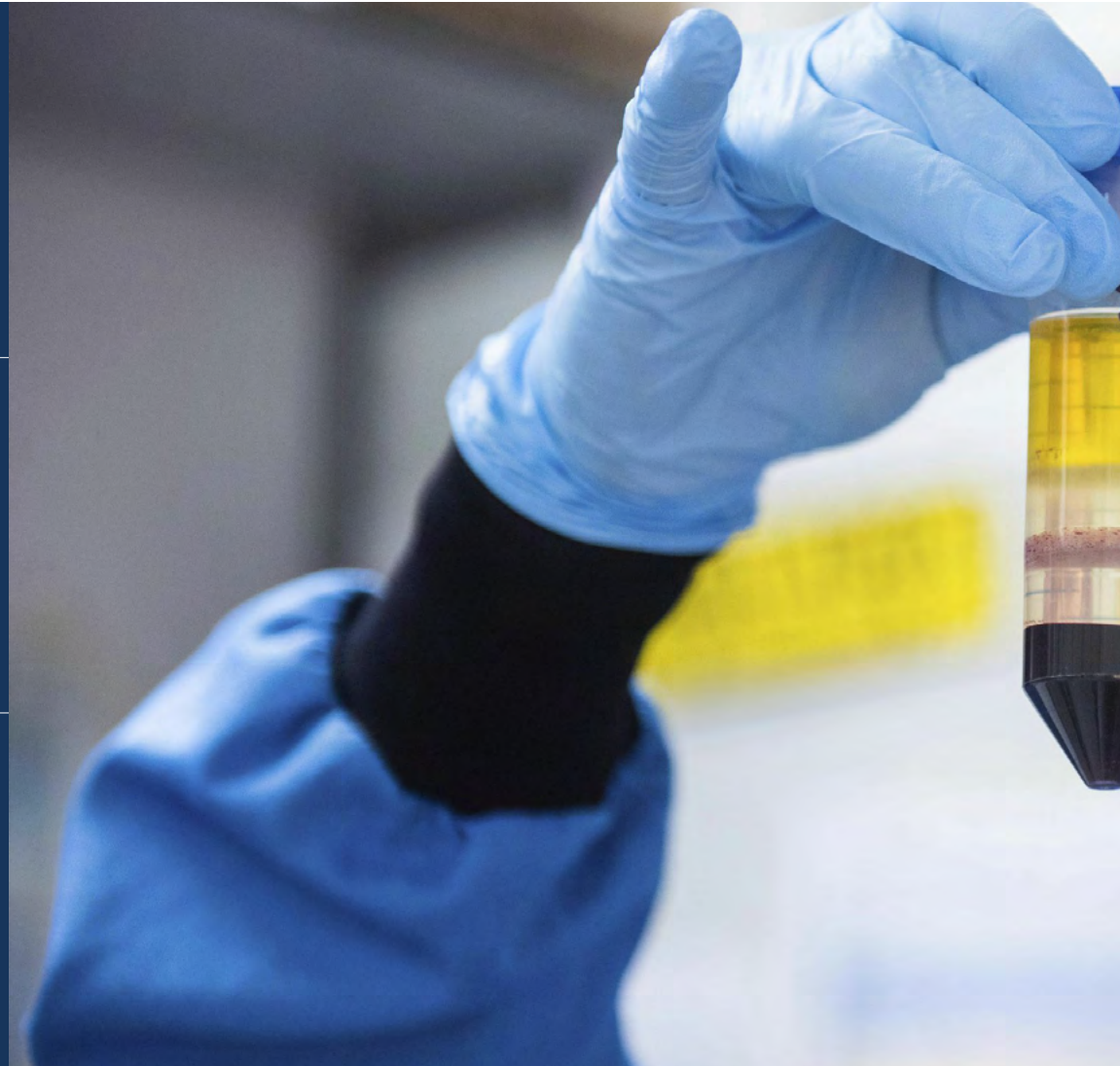
Verstehen der Phasen des Aktionsplans: Begleitung, Überwachung und Engagement

10

Erarbeiten von individuellen Aktionsplänen mit den Teammitgliedern

11

Verstehen der Bedeutung der persönlichen und beruflichen Entwicklung der Teammitglieder und ihrer Auswirkungen auf den Gesamterfolg des Projekts





12

Anwenden der erworbenen Kenntnisse zur Erreichung eines gemeinsamen Ziels durch die Entwicklung eines spezifischen Projekts

13

Definieren von Strategien zur Überprüfung des Plans

14

Festlegen von objektiven Indikatoren für die Planerfüllung

06

Struktur und Inhalt

Der Executive Master MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen konzentriert sich auf die interdisziplinären Aspekte der Pharma- und Biotechnologiebranche und zeichnet sich durch seine Vielfalt und Aktualität aus. Die Studenten erwerben Kenntnisse in Schlüsselbereichen, die von der Entdeckung und Entwicklung von Medikamenten bis zur Produktion und Herstellung dieser Produkte reichen. Darüber hinaus werden die Themen Qualitätsmanagement, Regulierung und Compliance sowie die Anwendungen der Biotechnologie im pharmazeutischen Bereich eingehend behandelt.



“

*Mit der Relearning-Methode lernen
Sie komplexe Konzepte mit weniger
Aufwand und mehr Leistung"*

Lehrplan

Eine der wichtigsten Neuerungen dieses Executive Masters ist die Erforschung hochrelevanter neuer Themen wie personalisierte Medizin, Gentherapie und die Anwendung von künstlicher Intelligenz in der pharmazeutischen Forschung. Dieser umfassende und aktuelle Ansatz stellt sicher, dass die Studenten darauf vorbereitet sind, die Herausforderungen zu meistern und die Chancen in diesem sich ständig weiterentwickelnden Bereich zu ergreifen.

Im Laufe von 12 Monaten schafft dieser Abschluss eine einzigartige und effektive didaktische Erfahrung, die den Grundstein für eine vielversprechende und erfolgreiche Zukunft im Pharma-Biotech-Management legt. Dabei werden Themen wie die Geschichte, Ebenen und Definitionen des strategischen Managements sowie die Grundlagen und Anwendungen des Marketings in diesem Sektor behandelt. Darüber hinaus werden die wichtigsten Bereiche der finanziellen und operativen Kontrolle in der pharmazeutischen und biotechnologischen Branche erkundet.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die patientenorientierte Medizin und die Schritte, die unternommen werden

müssen, um einen erfolgreichen Zugang zu einem neuen Medikament zu erhalten. Außerdem wird die Rolle der Ärzte in der Pharmaindustrie angesprochen, wobei ihre Rolle bei der Bereitstellung von Informationen über Fortschritte bei Behandlungen und die Notwendigkeit wissenschaftlicher und kommunikativer Fähigkeiten hervorgehoben wird.

Vor diesem Hintergrund hat TECH diesen Studiengang in einem 100%igen Online-Format entwickelt, das eine große Bibliothek mit Multimedia-Ressourcen wie interaktiven Zusammenfassungen und Fachlektüre enthält. Ferner bietet es völlige Zugangsfreiheit von jedem Gerät mit Internetanschluss. Ein Lehrplan, der an die beruflichen Ziele angepasst ist und den Studenten zu Spitzenleistungen im pharmazeutischen und biotechnologischen Bereich anspricht. Das Programm bietet innovative Inhalte, die auf den neuesten Trends basieren und mit der *Relearning*-Methode ergänzt werden, die es der Fachkraft ermöglicht, komplexe Konzepte in kürzerer Zeit und effizienter zu verstehen.

Dieser Executive Master erstreckt sich über 12 Monate und ist in 10 Module unterteilt:

Modul 1	Strategisches Management in der Pharma- und Biotechnologiebranche
Modul 2	Marketing in <i>Pharma-Biotech</i>
Modul 3	Personalmanagement
Modul 4	Digitales Gesundheitsmanagement: Technologische Innovation im Gesundheitssektor
Modul 5	Marktzugang (<i>Market Access</i>) (1). Organisation und Abläufe
Modul 6	Marktzugang (<i>Market Access</i>) (2). Werkzeuge und Strategie
Modul 7	Ganzheitliches Coaching in <i>Pharma-Biotech</i>
Modul 8	Die medizinische Abteilung
Modul 9	Teamführung in Pharma
Modul 10	Der Businessplan im Territorium



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Executive Master MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen vollständig online zu absolvieren. Während der 12-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Strategisches Management in der Pharma- und Biotechnologiebranche

1.1. Strategien für den Markteintritt

- 1.1.1. Marktforschung
- 1.1.2. Strategische Partner
- 1.1.3. Meistgenutzte Strategien
- 1.1.4. Überwachung und Anpassung

1.2. Strategisches Management im pharmazeutischen Unternehmen

- 1.2.1. Ebenen des strategischen Managements
- 1.2.2. Innovation
- 1.2.3. Portfolio
- 1.2.4. Übernahmen

1.3. Wertschöpfung im Unternehmen

- 1.3.1. Die 6 Arten der Wertschöpfung im Unternehmen
- 1.3.2. Leistung im Unternehmen
- 1.3.3. Beispiele aus der Branche
- 1.3.4. Schlussfolgerungen

1.4. Das Umfeld des Pharma- und Biotechnologieunternehmens

- 1.4.1. Das VUCA-Umfeld
- 1.4.2. PESTEL-Analyse
- 1.4.3. Analyse der 5 Kräfte von Porter
- 1.4.4. SWOT-Analyse

1.5. Interne Analyse

- 1.5.1. Analyse der Wertschöpfungskette
- 1.5.2. Analyse der Ressourcen und Kompetenzen
- 1.5.3. VRIO-Analyse
- 1.5.4. Schlussfolgerungen

1.6. Strategien der Strategischen Geschäftseinheit

- 1.6.1. Strategische Geschäftseinheit
- 1.6.2. Wettbewerbsvorteil
- 1.6.3. Strategietypen je nach Wettbewerbsvorteil
- 1.6.4. Schlussfolgerungen

1.7. Unternehmensstrategie und Diversifizierung

- 1.7.1. Unternehmensstrategie
- 1.7.2. Geschäftsportfolio-Strategie
- 1.7.3. Wachstumsstrategie
- 1.7.4. Meistgenutzte Strategien

1.8. Internationalisierungsstrategie

- 1.8.1. Internationale Strategie eines Unternehmens
- 1.8.2. Die Globalisierung der Wirtschaft
- 1.8.3. Risiken der Internationalisierung
- 1.8.4. Vorteile der Internationalisierung

1.9. Strategische Allianzen, Übernahmen und Fusionen

- 1.9.1. Externe vs. interne Wachstumsstrategie
- 1.9.2. Allianzen in der pharmazeutischen Industrie
- 1.9.3. Sektorale Fusionen
- 1.9.4. Sektor-Übernahmen

1.10. Ethik und soziale Verantwortung der Unternehmen

- 1.10.1. Wirtschaftsethik
- 1.10.2. Ökologische Nachhaltigkeit
- 1.10.3. Soziale Verantwortung
- 1.10.4. Nachhaltige Ökologie

Modul 2. Marketing in Pharma-Biotech

2.1. Omnichannel, Auswirkungen und Engagement

- 2.1.1. Marketing mit Wirkung
- 2.1.2. Generalistische Kanäle und soziale Netzwerke
- 2.1.3. *Community Management*
- 2.1.4. E-Detailing und CRM in der digitalen Umgebung
- 2.1.5. Programmatrische Werbung
- 2.1.6. Analytik und Geschäftsindikatoren

2.2. Segmentierung, Positionierung und Targeting

- 2.2.1. Segmentierung
- 2.2.2. Die Karte der Positionierung
- 2.2.3. Das Targeting
- 2.2.4. Schlussfolgerung

2.3. Marktforschung

- 2.3.1. Das Marketingsystem
- 2.3.2. Das Sammeln von Informationen
- 2.3.3. Der Forschungsprozess
- 2.3.4. Schlussfolgerungen

2.4. Markenmanagement und Neuromarketing

- 2.4.1. Das Branding
- 2.4.2. Arten von Branding
- 2.4.3. Neuromarketing und seine Anwendung in der pharmazeutischen Industrie
- 2.4.4. Schlussfolgerungen

2.5. Der digitale Marketingplan

- 2.5.1. Die Integration des digitalen Marketings in die allgemeine Marketingstrategie
- 2.5.2. Der Community Manager
- 2.5.3. Der digitale Marketingplan
- 2.5.4. Zielpublikum

2.6. E-Commerce

- 2.6.1. Der Bekehrungstrichter
- 2.6.2. E-Commerce-Werbung
- 2.6.3. Metriken
- 2.6.4. E-Commerce-Plattformen

2.7. Digitale Strategien

- 2.7.1. Kommunikationsstrategien für Social Media. Ko-Kreation von Inhalten
- 2.7.2. Content Marketing und Influencer
- 2.7.3. Digitales Marketing als Unterstützung für die Führung des Therapiebereichs
- 2.7.4. Partnerschaften mit Patienten

2.8. Gestaltung von digitalen Programmen

- 2.8.1. Definition der Ziele
- 2.8.2. Programme zur Unterstützung von Markenstrategien: *Disease Awareness, Switching und Engagement*
- 2.8.3. Digitales Marketing und das Vertriebsnetz
- 2.8.4. Ziel

2.9. Datenanalytik und künstliche Intelligenz

- 2.9.1. Anwendungen von Big Data in der Pharmaindustrie
- 2.9.2. Tools der künstlichen Intelligenz zur Unterstützung der Diagnose
- 2.9.3. Werkzeuge der künstlichen Intelligenz zur Unterstützung des Patientenmanagements
- 2.9.4. Neueste Entwicklungen

2.10. Andere Technologien

- 2.10.1. Elektronische Register und Datenerfassung
- 2.10.2. Web 3 und neue Trends in der Token-Wirtschaft. Auswirkungen auf die Pharmaindustrie
- 2.10.3. Virtuelle, erweiterte und gemischte Realität
- 2.10.4. Metaversum

Modul 3. Personalmanagement

3.1. Personalauswahl

- 3.1.1. Rekrutierungsprozess
- 3.1.2. Analyse der Lebensläufe
- 3.1.3. Vorstellungsgespräche
- 3.1.4. Eignungstests und psychometrische Beurteilungen

3.2. Vergütung und Sozialleistungen

- 3.2.1. Gestaltung der Vergütungssysteme
- 3.2.2. Entwicklung der variablen Vergütung
- 3.2.3. Gestaltung der Sozialleistungen
- 3.2.4. Emotionale Vergütung

3.3. Leistungsmanagement

- 3.3.1. Leistungsbewertung
- 3.3.2. Talent- und Verbesserungsprogramme
- 3.3.3. Feedback-Sitzungen
- 3.3.4. Programme zur Talentbindung und Loyalität

3.4. Emotionale Intelligenz im Arbeitsumfeld

- 3.4.1. Emotionales Bewusstsein
- 3.4.2. Umgang mit Emotionen
- 3.4.3. Einfühlungsvermögen bei der Arbeit
- 3.4.4. Soziale Fertigkeiten und Zusammenarbeit

3.5. Schulung und kontinuierliche Entwicklung

- 3.5.1. Karrierepläne
- 3.5.2. Entwicklung spezifischer Fertigkeiten
- 3.5.3. Interne Beförderung und Wachstumsmöglichkeiten
- 3.5.4. Anpassung an den Arbeitsplatz

3.6. Teammanagement und Führung

- 3.6.1. Aufbau effektiver Teams
- 3.6.2. Inspirierende Führung
- 3.6.3. Effektive Kommunikation
- 3.6.4. Konfliktlösung

3.7. Organisatorische Anpassungsfähigkeit und Flexibilität

- 3.7.1. Änderungsmanagement
- 3.7.2. Flexibilität in der Arbeitspolitik
- 3.7.3. Innovation im Personalwesen
- 3.7.4. Anpassung an neue Technologien

3.8. Diversität und Integration am Arbeitsplatz

- 3.8.1. Förderung der Diversität
- 3.8.2. Chancengleichheit
- 3.8.3. Schaffung eines integrativen Umfelds
- 3.8.4. Sensibilisierung und Schulung im Bereich Diversität

3.9. Positive Psychologie am Arbeitsplatz

- 3.9.1. Positive Organisationskultur
- 3.9.2. Wohlbefinden am Arbeitsplatz
- 3.9.3. Förderung einer positiven Einstellung
- 3.9.4. Resilienz und Bewältigung am Arbeitsplatz

3.10. Technologie und Personalwesen

- 3.10.1. Automatisierung von Abläufen im Personalwesen
- 3.10.2. Datenanalyse für die Entscheidungsfindung
- 3.10.3. Tools für das Personalmanagement
- 3.10.4. Cybersecurity und Schutz von Personaldaten

Modul 4. Digitales Gesundheitsmanagement: Technologische Innovation im Gesundheitssektor

<p>4.1. Krankenhausinformationssysteme</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.1.1. Implementierung 4.1.2. Verwaltung von Krankenhausinformationssystemen 4.1.3. Elektronische Krankenakten 4.1.4. Interoperabilität von Informationssystemen 	<p>4.2. Telemedizin und elektronische Gesundheitsdienste</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.2.1. Medizinische Fernkonsultationen 4.2.2. Telemonitoring-Plattformen 4.2.3. Patientenüberwachung 4.2.4. Mobile Gesundheits- und Wellness-Anwendungen 	<p>4.3. Big Data und Datenanalyse im Gesundheitswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.3.1. Verwaltung und Analyse großer Mengen von Gesundheitsdaten 4.3.2. Verwendung von prädiktiver Analytik für die Entscheidungsfindung 4.3.3. Privatsphäre 4.3.4. Sicherheit von Gesundheitsdaten 	<p>4.4. Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen im Gesundheitswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.4.1. Anwendungen von künstlicher Intelligenz in der medizinischen Diagnose 4.4.2. Algorithmen für maschinelles Lernen zur Mustererkennung 4.4.3. Chatbots 4.4.4. Virtuelle Assistenten im Gesundheitswesen
<p>4.5. Internet der Dinge (IoT) im Gesundheitswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.5.1. Vernetzte medizinische Geräte und Fernüberwachung 4.5.2. Intelligente Krankenhausinfrastrukturen 4.5.3. IoT-Anwendungen in der Bestandsverwaltung 4.5.4. Lieferungen 	<p>4.6. Cybersecurity im Gesundheitswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.6.1. Schutz von Gesundheitsdaten und Compliance 4.6.2. Prävention von Cyberangriffen 4.6.3. Ransomware 4.6.4. Sicherheitsprüfungen und Störungsmanagement 	<p>4.7. Virtuelle Realität (VR) und Erweiterte Realität (AR) in der Medizin</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.7.1. Medizinische Ausbildung mit VR-Simulatoren 4.7.2. AR-Anwendungen in der assistierten Chirurgie 4.7.3. Chirurgische Hilfsmittel 4.7.4. VR-Therapie und Rehabilitation 	<p>4.8. Robotik in der Medizin</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.8.1. Einsatz von chirurgischen Robotern bei medizinischen Eingriffen 4.8.2. Automatisierung von Aufgaben in Krankenhäusern und Labors 4.8.3. Prothese 4.8.4. Robotische Unterstützung in der Rehabilitation
<p>4.9. Medizinische Bildanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.9.1. Medizinische Bildverarbeitung und computergestützte Analyse 4.9.2. Computergestützte diagnostische Bildgebung 4.9.3. Medizinische Bildgebung in Echtzeit 4.9.4. 3D 	<p>4.10. Blockchain im Gesundheitswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.10.1. Sicherheit und Rückverfolgbarkeit von Gesundheitsdaten mit Blockchain 4.10.2. Austausch von medizinischen Informationen zwischen Einrichtungen 4.10.3. Verwaltung von Einwilligungserklärungen 4.10.4. Privatsphäre 		

Modul 5. Marktzugang (Market Access) (1). Organisation und Abläufe

5.1. Marktzugang in der pharmazeutischen Industrie

- 5.1.1. Was verstehen wir unter Marktzugang?
- 5.1.2. Warum ist eine Abteilung für Marktzugang notwendig?
- 5.1.3. Funktionen der Abteilung Marktzugang
- 5.1.4. Schlussfolgerungen

5.2. Zulassung und Registrierung von neuen Medikamenten

- 5.2.1. Gesundheitsbehörden
- 5.2.2. Europäische Arzneimittelbehörde (EMA)
- 5.2.3. Genehmigungsverfahren für das Inverkehrbringen eines neuen Arzneimittels: zentralisierte, dezentralisierte und Verfahren der gegenseitigen Anerkennung

5.3. Bewertung von neuen Arzneimitteln auf nationaler Ebene

- 5.3.1. Agenturen für Gesundheitstechnologie-Bewertung
- 5.3.2. Internationale
- 5.3.3. Europäische
- 5.3.4. Berichte zur therapeutischen Positionierung (TPRs)
- 5.3.5. Entscheidungsträger und Einflussnehmer

5.4. Andere Bewertungen neuer Arzneimittel

- 5.4.1. Evaluierungen durch die GENESIS-Gruppe
- 5.4.2. Regionale Bewertungen
- 5.4.3. Bewertungen in Krankenhausapotheken: Apotheken- und Therapeutikausschüsse
- 5.4.4. Andere Bewertungen

5.5. Von der Zulassung eines Arzneimittels bis zur Verfügbarkeit für den Patienten

- 5.5.1. Preis- und Erstattungsantragsverfahren für neue Arzneimittel
- 5.5.2. Marketing- und Finanzierungsbedingungen
- 5.5.3. Verfahren für den Zugang zu Medikamenten auf Krankenhausebene
- 5.5.4. Verfahren für den Zugang zu Arzneimitteln, die in Straßenapotheken abgegeben werden
- 5.5.5. Zugang zu Generika und Biosimilars

5.6. Finanzierung von Arzneimitteln

- 5.6.1. Traditionelle versus neue Finanzierungssysteme
- 5.6.2. Innovative Regelungen
- 5.6.3. Vereinbarungen über die Risikoteilung
- 5.6.4. Arten von Vereinbarungen über die Risikoteilung
- 5.6.5. Kriterien für die Auswahl der Vereinbarungen über die Risikoteilung

5.7. Prozess der Arzneimittelbeschaffung

- 5.7.1. Öffentliche Beschaffung
- 5.7.2. Zentralisierte Beschaffung von Arzneimitteln und Medizinprodukten
- 5.7.3. Rahmenvereinbarungen
- 5.7.4. Schlussfolgerungen

5.8. Abteilung Marktzugang (1). Berufliche Profile

- 5.8.1. Entwicklung des Profils von Marktzugangsexperten
- 5.8.2. Berufsprofile im Bereich Market Access
- 5.8.3. *Market Access Manager*
- 5.8.4. Pharmakoökonomie
- 5.8.5. Preisgestaltung (*Pricing*)
- 5.8.6. Key Account Manager

5.9. Abteilung Marktzugang (2). Interaktion mit anderen Abteilungen in der pharmazeutischen Industrie

- 5.9.1. Marketing und Vertrieb
- 5.9.2. Medizinische Abteilung
- 5.9.3. Institutionelle Beziehungen
- 5.9.4. *Regulatory*
- 5.9.5. Kommunikation

Modul 6. Marktzugang (Market Access) (2). Werkzeuge und Strategie

6.1. Planung des Marktzugangs für ein Arzneimittel

- 6.1.1. Analyse des aktuellen Szenarios: Krankheitsmanagement, Wettbewerber
- 6.1.2. Segmentierung von Regionen und Konten
- 6.1.3. Wissenschaftliche Gesellschaften
- 6.1.4. Patientenvereinigungen
- 6.1.5. Strategieentwicklung
- 6.1.6. Zeitplan für die Umsetzung der Strategie

6.2. Verwaltung des Marktzugangs für ein Medikament

- 6.2.1. Verwaltung des Zugangs auf regionaler Ebene
- 6.2.2. Marktzugang für Arzneimittel für den Krankenhausgebrauch. Management und Strategie der Krankenhausapotheke
- 6.2.3. Zugang zum Markt für Arzneimittel aus Straßenapotheken
- 6.2.4. Verwaltung und Strategie der Hausapotheke

6.3. Klinischer Wert eines Arzneimittels

- 6.3.1. Wert auf der Grundlage der klinischen Entwicklung
- 6.3.2. Studien im wirklichen Leben
- 6.3.3. (RWD/RWE)
- 6.3.4. Schlussfolgerungen

6.4. Vom Patienten wahrgenommener Wert

- 6.4.1. Von Patienten berichtete Ergebnisvariablen (oder Patient Reported Outcomes, PRO)
- 6.4.2. Gesundheitsbezogene Lebensqualität (HRQoL)
- 6.4.3. Zufriedenheit mit der Behandlung
- 6.4.4. Einbeziehung der Patientenpräferenzen

6.5. Wirtschaftliche Analyse, Arten

- 6.5.1. Arten der wirtschaftlichen Analyse
- 6.5.2. Zu definierende Parameter
- 6.5.3. Teilweise wirtschaftliche Bewertungen
- 6.5.4. Kosten und Belastung durch die Krankheit
- 6.5.5. Folgekosten

6.6. Wirtschaftliche Analyse, Studien

- 6.6.1. Studien zu den Auswirkungen auf den Haushalt
- 6.6.2. Marktwachstum
- 6.6.3. Verbundene Risiken
- 6.6.4. Geistiges Eigentum

6.7. Wirtschaftliche Analyse, Auswertungen

- 6.7.1. Vollständige wirtschaftliche Bewertungen
- 6.7.2. Kosten-Wirksamkeits-Analyse
- 6.7.3. Kosten-Gewinn-Analyse
- 6.7.4. Kosten-Nutzen-Analyse
- 6.7.5. Entscheidungsregeln

6.8. Wertedossier eines Arzneimittels

- 6.8.1. Inhalt des Wertedossiers
- 6.8.2. Der klinische Wert des Arzneimittels
- 6.8.3. Der wirtschaftliche Wert des Arzneimittels
- 6.8.4. Der Nachweis des Wertes des Arzneimittels für das Gesundheitssystem
- 6.8.5. Anpassung des Dossiers an die verschiedenen Autonomen Gemeinschaften

6.9. Erforderliche Unterlagen für den Preis- und Erstattungsantrag

- 6.9.1. Erforderliche Dokumente
- 6.9.2. Optionale Dokumente
- 6.9.3. Preisdokumente
- 6.9.4. Erstattungsdokumente

6.10. Neue Trends

- 6.10.1. Wertorientierter Einkauf
- 6.10.2. Multikriterien-Analyse (MCA)
- 6.10.3. Innovatives öffentliches Beschaffungswesen
- 6.10.4. Neueste Trends

Modul 7. Ganzheitliches Coaching in Pharma-Biotech

7.1. Grundlagen des Coachings in Pharma-Biotech

- 7.1.1. Coaching-Fähigkeiten und -Ethik
- 7.1.2. Die Essenz des Coachings
- 7.1.3. Lernen zu lernen
- 7.1.4. Empfohlener Film: Der Pazifik-Krieger

7.2. Der Coaching-Prozess - Schulen und Modelle

- 7.2.1. Nordamerikanische Coaching-Beiträge
- 7.2.2. Beiträge des humanistisch-europäischen Coachings
- 7.2.3. Ontologische Coaching-Beiträge
- 7.2.4. Schlussfolgerungen

7.3. Der Coachee-Klient

- 7.3.1. Gegenwart - Durchbruch - Zielsetzung
- 7.3.2. Wie man die Situation jedes Einzelnen in einem professionellen Team kennt, um Probleme zu überwinden und die Ziele zu erreichen
- 7.3.3. Die aktuelle Situation mit Hilfe des Werkzeugs „DAS RAD DES PROFESSIONELLEN LEBENS“ kennen
- 7.3.4. Schlussfolgerungen

7.4. Ideale Situation

- 7.4.1. Wohin ich gehe
- 7.4.2. Ziel identifizieren, Vision und Zielsetzung klären. Sowohl als einzelne Fachkraft als auch als Teamkoordinator
- 7.4.3. Modell Grow
- 7.4.4. Beispiel: Wo Sie jedes Mitglied Ihres Teams haben möchten über ein Mandala

7.5. Die Technik. Unser Geist

- 7.5.1. Mentale Modelle
- 7.5.2. Beobachten, Unterscheiden
- 7.5.3. Überzeugungen, Urteile
- 7.5.4. Fakten und Meinungen

7.6. Die Technik. Sprachgebrauch

- 7.6.1. Grundlegende Postulate der Ontologie der Sprache nach Rafael Echevarría
- 7.6.2. Zuhören, Schweigen und Sprachkompetenz
- 7.6.3. Empfohlene Bücher
- 7.6.4. Rafael Echevarría. Ontologie der Sprache
- 7.6.5. Leonardo Wolk. Die Kunst des Glutblasens

7.7. Die Technik. Die Emotion

- 7.7.1. Emotionales Management und Intelligenz
- 7.7.2. Die Legitimierung von Emotionen, um sie von den sprachlichen Dimensionen aus zu steuern
- 7.7.3. Emotionale
- 7.7.4. Schlussfolgerungen

7.8. Technik - Körperlichkeit

- 7.8.1. Wer bin ich durch meinen Körper?
- 7.8.2. Körperhaltung und Bewegung
- 7.8.3. Tendenzen, die Gespräche mit dem Körper unterstützen oder blockieren
- 7.8.4. Schlussfolgerungen

7.9. Kraftvolle Fragen. Wie Sie Fragen einsetzen, um jedem Mitglied Ihres Teams zu helfen, seine beste Version von sich selbst zu finden

- 7.9.1. Das Profil unseres Kunden bestimmen und einen Aktionsplan entwerfen
- 7.9.2. Coaching-Fragen zur Wiederherstellung der Verbindung

7.9.3. Coaching-Fragen, um Ihre Perspektive zu ändern

- 7.9.4. Coaching-Fragen zur Sensibilisierung
- 7.9.5. Coaching-Fragen zur Schaffung von Aktion
- 7.9.6. Coaching für Fragen zur Zielsetzung
- 7.9.7. Coaching-Fragen zur Erstellung eines Aktionsplans
- 7.9.8. Coaching-Fragen für den Klienten, um seine eigenen Lösungen zu finden

7.10. Die Aktion

- 7.10.1. Die Phasen des Aktionsplans
- 7.10.2. Begleiten
- 7.10.3. Follow-up
- 7.10.4. Engagement
- 7.10.5. Wie Sie mit jedem Delegierten in Ihrem Team einen Aktionsplan aufstellen

Modul 8. Die medizinische Abteilung

<p>8.1. Die medizinische Abteilung</p> <p>8.1.1. Die medizinische Abteilung 8.1.2. Ziel und Funktionen der Abteilung 8.1.3. Rollen in der medizinischen Abteilung 8.1.4. Wie sie mit anderen Abteilungen zusammenhängen: Marketing, Zugang, Verkauf usw. 8.1.5. Karriereaussichten der medizinischen Abteilung in der pharmazeutischen Industrie</p>	<p>8.2. Klinische Studien</p> <p>8.2.1. Grundlagen der klinischen Entwicklung 8.2.2. Gesetzgebung für klinische Studien 8.2.3. Arten von klinischen Studien 8.2.4. Phasen der klinischen Studien 8.2.4.1. Klinische Studien der Phase I 8.2.4.2. Klinische Studien der Phase II 8.2.4.3. Klinische Studien der Phase III 8.2.4.4. Klinische Studien der Phase IV</p>	<p>8.3. Methodik der klinischen Studie</p> <p>8.3.1. Design der klinischen Studie 8.3.2. Etappen in der Entwicklung der klinischen Studie 8.3.3. Durchführbarkeit von klinischen Studien 8.3.4. Identifizierung und Auswahl von Zentren und Forschern 8.3.5. Material und Anwerbestrategien 8.3.6. Verträge mit Forschungszentren 8.3.7. Protokoll 8.3.8. Informationsblatt für Patienten und Einverständniserklärung</p>	<p>8.4. Überwachung der Studie: Nachverfolgung und Kontrolle</p> <p>8.4.1. Überwachungsbesuch 8.4.1.1. Besuch vor der Studie 8.4.1.2. Anfangsbesuch 8.4.1.3. Überwachungsbesuch 8.4.1.4. Abschlussbesuch 8.4.2. Fernüberwachung 8.4.3. Berichte über Überwachungsbesuche 8.4.4. Datenverwaltung. Ergebnisgewinnung</p>
<p>8.5. Echte klinische Praxisstudien. RWE</p> <p>8.5.1. RWE-Studien: Design, Analyse, Minimierung von Verzerrungen 8.5.2. Arten von RWE-Studien 8.5.3. Integration in den medizinischen Plan 8.5.4. Erfassung und Meldung der Ergebnisse 8.5.5. Aktuelle Herausforderungen bei der Nutzung von Evidenz und Wissen über RWE 8.5.6. Wie RWE die Entscheidungsfindung während des gesamten Produktlebenszyklus unterstützen kann 8.5.7. <i>Investigator Initiated Studies/Trials and Research Collaborations</i></p>	<p>8.6. Die Abteilung für <i>Medical Affairs</i></p> <p>8.6.1. Was ist die Abteilung für <i>Medical Affairs</i>? 8.6.1.1. Ziel und Funktionen der Abteilung 8.6.1.2. Allgemeine Struktur der Abteilung in verschiedenen Unternehmen 8.6.1.3. Interaktionen zwischen <i>Medical Affairs</i> und anderen Abteilungen (klinischer Betrieb und kommerzielle Abteilungen) 8.6.1.4. Der Zusammenhang der Abteilung für medizinische Angelegenheiten und dem Produktlebenszyklus 8.6.2. Erstellung von Programmen zur Datengenerierung auf dem neuesten Stand der Technik 8.6.3. Die Co-Führungsrolle von <i>Medical Affairs</i> 8.6.4. <i>Affairs</i> in multifunktionalen pharmazeutischen Organisationen</p>	<p>8.7. Rollen in der Abteilung für <i>Medical Affairs</i></p> <p>8.7.1. Die Rolle des Medical Advisor 8.7.2. Aufgaben des Medical Advisor 8.7.3. Taktik der Zusammenarbeit mit HCP 8.7.3.1. <i>Advisory Board</i> und Förderprogramme 8.7.3.2. Wissenschaftliche Veröffentlichungen 8.7.3.3. Planung von wissenschaftlichen Kongressen 8.7.4. Entwicklung eines medizinischen Kommunikationsplans 8.7.5. Entwurf einer Strategie für medizinische Produkte 8.7.6. Management medizinischer Projekte und Studien auf der Grundlage realer klinischer Praxisdaten (RWE)</p>	<p>8.7.7. Die Rolle der <i>Medical Science Liaison</i> 8.7.7.1. Aufgaben des MSL: medizinische Kommunikation und Ansprechpartner 8.7.7.2. Umsetzung von medizinischen Projekten und territoriales Management 8.7.7.3. <i>Investigator Initiated Studies/Trials and Research Collaborations</i> 8.7.7.4. Wissenschaftler Kommunikation und Sammlung von Insights</p>
<p>8.8. Compliance in der Abteilung für medizinische Angelegenheiten</p> <p>8.8.1. Konzept der <i>Compliance</i> in der medizinischen Abteilung 8.8.1.1. Werbung für verschreibungspflichtige Arzneimittel 8.8.1.2. Beziehungen zu medizinischen Fachkräften und Organisationen 8.8.1.3. Wechselbeziehung mit Patientenorganisationen 8.8.2. Definition von <i>On Label/Off Label</i> 8.8.3. Unterschiede zwischen Vertriebsabteilung und Abteilung für medizinische Angelegenheiten 8.8.4. Kodex der guten klinischen Praxis in der medizinischen Werbung und Information</p>	<p>8.9. Medizinische Informationen</p> <p>8.9.1. Integraler Kommunikationsplan 8.9.2. Medien und Omnichannel-Kommunikationsplan 8.9.3. Integration des Kommunikationsplans in den medizinischen Plan</p>	<p>8.9.4. Informationsressourcen in der Biomedizin 8.9.4.1. Internationale Quellen: <i>Pubmed, Embase, WOS</i> usw. 8.9.4.2. Quellen im lateinamerikanischen Bereich: CSIC-Indizes, Ibecs, LILACS usw. 8.9.4.3. Quellen zur Auffindung von klinischen Studien: WHO, <i>ClinicalTrials</i>, CENTRAL von Cochrane usw. 8.9.4.4. Informationsquellen für Arzneimittel: Bot Plus Web, FDA usw. 8.9.4.5. Andere Ressourcen: offizielle Organisationen, Websites, wissenschaftliche Gesellschaften, Verbände, Bewertungsagenturen usw.</p>	<p>8.10. Pharmakovigilanz</p> <p>8.10.1. Pharmakovigilanz in klinischen Studien 8.10.1.1. Rechtlicher Rahmen und Definitionen 8.10.1.2. Management von unerwünschten Ereignissen 8.10.2. Berichterstattung über unerwünschte Ereignisse, Eudravigilance 8.10.3. Regelmäßige Sicherheitsberichte 8.10.4. Pharmakovigilanz in anderen klinischen Studien: Studien nach der Zulassung</p>

Modul 9. Teamführung in Pharma

9.1. Führungsqualitäten

- 9.1.1. Einführung in die Führung
- 9.1.2. Macht und Einfluss
- 9.1.3. Was ist Führung?
- 9.1.4. Schlussfolgerungen

9.2. Theorie der Führung

- 9.2.1. Der Führungsprozess
- 9.2.2. Führungsstile
- 9.2.3. Führungsmodelle
- 9.2.4. Evolution

9.3. Führungsqualitäten

- 9.3.1. Kommunikation
- 9.3.2. Engagement
- 9.3.3. Motivation
- 9.3.4. Entscheidungsfindung

9.4. Verwaltung der Ausrüstung

- 9.4.1. Organisation
- 9.4.2. Zeitmanagement
- 9.4.3. Planung und Ziele
- 9.4.4. Bewertung der Teams

9.5. Fähigkeiten zum Teammanagement

- 9.5.1. Ziele
- 9.5.2. Ziele
- 9.5.3. Zeitmanagement
- 9.5.4. Management von Problemen

9.6. Entscheidungsfindung

- 9.6.1. Prozesse
- 9.6.2. Entscheidungsfindung im Team
- 9.6.3. Strategische Entscheidungen
- 9.6.4. Ethische Entscheidungen

9.7. Kommunikation, Teil des Erfolgs

- 9.7.1. Externe Kommunikation
- 9.7.2. Interne Kommunikation
- 9.7.3. Krisenkommunikation
- 9.7.4. Interkulturelle Kommunikation

9.8. Verhandlungsführung und Konfliktmanagement

- 9.8.1. Kommunikationsstrategien
- 9.8.2. Fertigkeiten
- 9.8.3. Management von Konflikten
- 9.8.4. Team-Verhandlung

9.9. Entwicklung der Mitarbeiter

- 9.9.1. Geräte
- 9.9.2. Motivation
- 9.9.3. Sichtbarkeit
- 9.9.4. Schlussfolgerungen

9.10. Gemeinsame Zielsetzung, Projektentwicklung

- 9.10.1. Gemeinsames Ziel, was es ist
- 9.10.2. Multidisziplinäre Teams
- 9.10.3. Allianzen bilden
- 9.10.4. Meistgenutzte Strategien

Modul 10. Der Businessplan im Territorium

10.1. Geschäftspläne

- 10.1.1. Was ist ein Geschäftsplan?
- 10.1.2. Zweck und Ziele von Geschäftsplänen
- 10.1.3. Warum es wichtig ist, einen Businessplan zu erstellen
- 10.1.4. Wann Sie einen Businessplan erstellen sollten

10.2. Kontext der pharmazeutischen Industrie

- 10.2.1. Strukturelle Situation der pharmazeutischen Industrie
- 10.2.2. Wichtige Personen und Abteilungen bei der Entwicklung eines Aktionsplans
- 10.2.3. Geschäftsleitung
 - 10.2.3.1. Vertriebsmanagement
 - 10.2.3.2. Marketing-Abteilung
 - 10.2.3.3. Medizinische Abteilung
 - 10.2.3.4. Finanzabteilung
 - 10.2.3.5. Regulatorische Abteilung
- 10.2.4. Aktuelle Herausforderungen für die Pharmaindustrie

10.3. Etappen bei der Erstellung eines Geschäftsplans

- 10.3.1. Zielsetzung definieren
- 10.3.2. Beschreibung des Produkts: wichtigste Eigenschaften
- 10.3.3. Welche Informationen brauche ich, um einen Plan zu erstellen?
- 10.3.4. Ausrichtung auf die Strategie
- 10.3.5. Timings definieren
- 10.3.6. Definieren von Ressourcen
- 10.3.7. Festlegen der Ergebnisse

10.4. Geschäfts- und Marketingplan

- 10.4.1. Kommerzielle Ressourcen zur Erstellung eines Plans
- 10.4.2. Auswahl des Plans je nach Zielsetzung
- 10.4.3. Marketingstrategie: Ausrichtung
- 10.4.4. Marketing-Ressourcen als Druckmittel

10.5. Kundenanalyse

- 10.5.1. Verwaltung der Kundenbeziehungen
- 10.5.2. Identifizierung der Kundenbedürfnisse
- 10.5.3. Kommunikation mit Kunden
- 10.5.4. Schlussfolgerungen

10.6. Analyse der Konkurrenz

- 10.6.1. Marktsegmentierung
- 10.6.2. Wettbewerbsanalyse für Ihr Produkt
- 10.6.3. Kommerzielle Strategien im Vergleich zur Konkurrenz
- 10.6.4. Expansionspläne
- 10.6.5. Verteidigungspläne

10.7. Wirtschaftliche Analyse des Geschäftsplans

- 10.7.1. Schätzung der Kosten und Ziele
- 10.7.2. Investitionsquellen und -strategien
- 10.7.3. Finanzielle Risikoanalyse
- 10.7.4. Bewertung der Rentabilität einer Investition

10.8. Umsetzung und Überwachung des Geschäftsplans

- 10.8.1. Agenda des Geschäftsplans
- 10.8.2. Überwachung des Prozesses und der Überprüfungsmechanismen im Laufe der Entwicklung
- 10.8.3. KPI: objektive Leistungsindikatoren
- 10.8.4. Schlussfolgerungen

10.9. Abschließende Analyse des Geschäftsplans

- 10.9.1. Einhaltung der Fristen
- 10.9.2. Analyse der Ergebnisse
- 10.9.3. Budget-Analyse

10.10. Pharma-Biotech-Marketingplan

- 10.10.1. Marktanalyse
- 10.10.2. Wettbewerb
- 10.10.3. Zielpublikum
- 10.10.4. Positionierung von Marken

07

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"



Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen*”

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem 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.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den 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.



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.



Übungen zu Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



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.



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.



08

Profil unserer Studenten

Der Executive Master richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen der Abschlüsse in den Bereichen Wirtschaft, Medizin, Pharmazie, Biologie oder Chemie erworben haben.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und mehreren Nationalitäten macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.

Auch Berufstätige mit einem Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich und zwei Jahren Berufserfahrung im medizinischen oder pharmazeutischen Bereich können den Executive Master absolvieren.



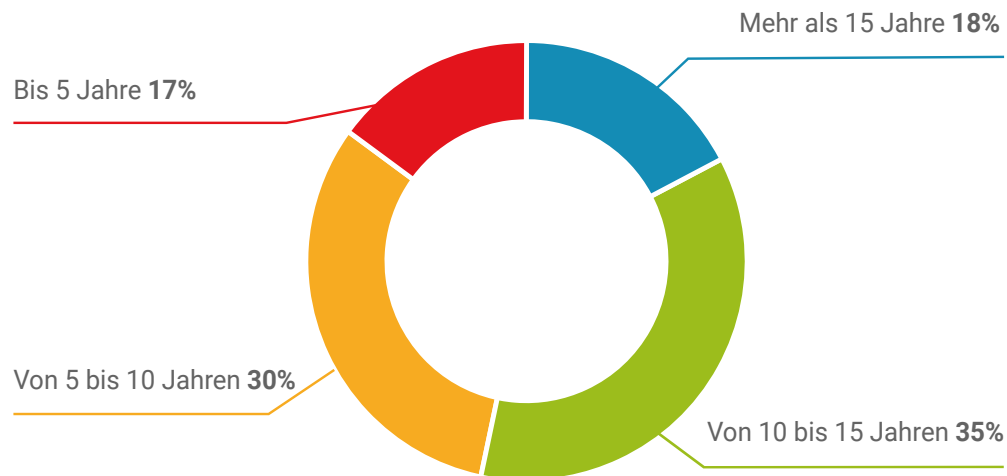
“

*Sie werden von den besten Fachleuten
und Experten der pharmazeutischen
und biotechnologischen Industrie
alles über Marktzugang, Organisation
und Prozesse erfahren"*

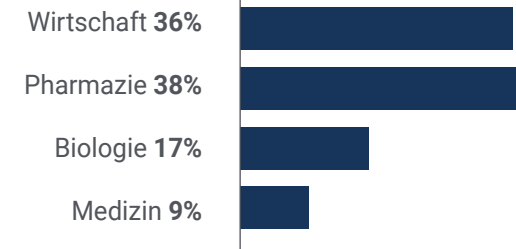
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

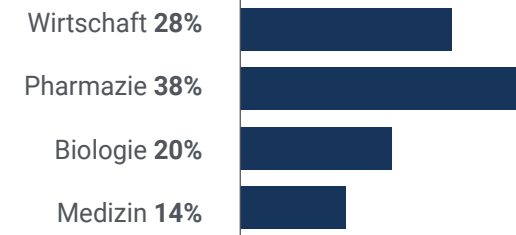
Jahre der Erfahrung



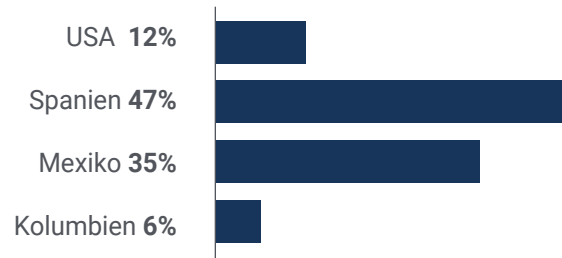
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Luisa Fernández

Leiterin einer Apotheke

“Das Programm vermittelte mir eine einzigartige Kombination aus wissenschaftlichem Wissen, unternehmerischen Fähigkeiten und Verständnis für die regulatorischen Aspekte der Pharma- und Biotech-Industrie. Die Professoren sind anerkannte Experten auf ihrem jeweiligen Gebiet und ihr praktischer Ansatz ermöglichte es mir, die erlernten Konzepte auf reale Situationen des Sektors anzuwenden“

09

Kursleitung

Um eine exzellente Fortbildung zu gewährleisten, hat TECH einen hervorragenden Lehrkörper für dieses Programm zusammengestellt. Dies garantiert den Studenten den Zugang zu einem Unterricht, der von anerkannten Fachleuten mit einem umfangreichen Hintergrund in den Bereichen Pharmazie, Medizin und Wirtschaft entwickelt wurde. Auf diese Weise können die Teilnehmer sicher sein, eine erstklassige Qualifikation zu erhalten, die sie dazu ermutigt, sich zu übertreffen und in ihrer Karriere schnell voranzukommen.





“

Mit diesem 100%igen Online-Programm werden Sie die neuesten Trends und Entwicklungen im Pharma-Biotech-Management kennenlernen"

Leitung



Hr. Cardenal Otero, César

- ♦ Pharmabiomedizinische Führungskraft bei Amgen
- ♦ Autor des Buches „Persönliche Markenkommunikation durch soziale Medien von Fachleuten im Gesundheitswesen“
- ♦ Hochschulabschluss in Marketing von der *Universität Prifysgol Cymru, Wales*
- ♦ Auszeichnung im Kurs *Inspiring Leadership through Emotional Intelligence* an der Case Western Reserve University
- ♦ Aufbaustudium in Management und Gesundheit in der pharmazeutischen Industrie an der Europäischen Universität
- ♦ Masterstudiengang in KMU-Management von der Polytechnischen Schule
- ♦ Spezialisierung in Social Media Marketing von der Universität Northwestern
- ♦ Universitätsexperte in Internationaler Handel und Transport von der Universität von Kantabrien
- ♦ Universitätskurs in Betriebswirtschaftslehre von der Universität von Kantabrien

Professoren

Hr. Junco Burgos, Eduardo

- ♦ Leiter des Therapeutischen Bereichs bei AMGEN
- ♦ Leiter des Dienstes bei GRUPO CLECE (TALHER)
- ♦ Product Specialist bei Celgene
- ♦ Product Specialist bei Amgen
- ♦ Key Account Manager bei Shionogi
- ♦ Hochschulabschluss in Agraringenieurwesen an der Polytechnischen Universität von Madrid

Hr. Rojas Palacio, Fernando

- ♦ Gründer und CEO von Navandu Technologies
- ♦ Gründer des internationalen Beratungsunternehmens Brigital Health
- ♦ Experte für Big Data und Analyse sozialer Netzwerke vom MIT
- ♦ *Senior Business Management Program* von der IE University und der Chicago Booth School of Business
- ♦ MSc in Telekommunikationstechnik von der Polytechnischen Universität von Madrid
- ♦ Außerordentlicher Professor in akademischen Programmen in seinem Fachgebiet



Hr. Cobo Sainz, Manuel

- ◆ Großkundenbetreuer bei Bayer
- ◆ KAM Champions bei Bayer
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management vom Universitätszentrum Cesine, das der Universität von Wales angeschlossen ist
- ◆ Coaching-Expertenkurs von ECOI
- ◆ Executive MBA von Cesine
- ◆ Masterstudiengang in Marketing und Handelsmanagement von ESIC

Hr. Ribas Guardiá, Xavi

- ◆ Product Manager bei AMGEN
- ◆ Pharmazeut in Pharma und Biotech
- ◆ Produktspezialist bei Celgene
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität von Barcelona
- ◆ Aufbaustudium in Management und Gesundheit in der pharmazeutischen Industrie an der Europäischen Universität
- ◆ Universitätskurs in Verwaltung, Organisation und Management von Gesundheitsdiensten an der Europäischen Universität

Fr. Restovic, Gabriela

- ♦ Evaluatorin für Gesundheitstechnologie im öffentlichen Sektor für die Innovationsabteilung des Krankenhauses Clinic von Barcelona
- ♦ Beigeordnete Direktorin für Market Access bei Novocure
- ♦ Wirtschaftswissenschaftlerin an der Katholischen Universität von Chile
- ♦ Masterstudiengang in Angewandte Wirtschaftswissenschaft an der Universität Pompeu Fabra von Barcelona
- ♦ Senior Management Programm in Healthcare Government Affairs an der EADA, Wirtschaftshochschule von Barcelona
- ♦ Außerordentliche Dozentin in akademischen Programmen in ihrem Fachgebiet

Fr. Caloto González, María Teresa

- ♦ Beraterin für Marktzugang
- ♦ Stellvertretende Generaldirektion für Epidemiologie des Gesundheitsministeriums
- ♦ Promotion in Biowissenschaften an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Universitätsexperte in Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik in der Medizin
- ♦ Universitätsexperte in Fortgeschrittene Methoden der Angewandten Statistik
- ♦ Masterstudiengang in Gesundheit und Umwelt an der Autonomen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Öffentliches Gesundheitswesen an der Autonomen Universität von Madrid
- ♦ Masterstudiengang in Pharmakoökonomie und Gesundheitsökonomie an der Universität Pompeu Fabra von Barcelona





Fr. Rodríguez Fernández, Silvia

- ◆ Projektmanagerin für wissenschaftliche Kommunikation in der medizinischen Abteilung von Boehringer Ingelheim
- ◆ Senior FuE-Beraterin für Wissenschaft bei Ahead Therapeutics
- ◆ Medizinische Beraterin bei Ahead Therapeutics
- ◆ Produktmanagerin im Inflammation Marketing Team von Amgen
- ◆ Promotion in Fortgeschrittene Immunologie an der Autonomen Universität von Barcelona
- ◆ MBA in Pharmazeutische und Biotechnologische Industrie
- ◆ Masterstudiengang in Fortgeschrittene Immunologie an der Autonomen Universität von Barcelona
- ◆ Hochschulabschluss in Biomedizinische Wissenschaften von der Autonomen Universität von Barcelona

Fr. Palau Rodríguez, Magalí

- ◆ Forscherin in Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften an der Universität von Barcelona
- ◆ Koordinatorin der Marketingabteilung für Kampagnen und Aufklärungsmaterial
- ◆ Marketingexpertin im Bereich Knochenstoffwechsel bei Amgen
- ◆ Promotion in Pharmazie an der Universität von Barcelona
- ◆ MBA in Pharmazeutische und Biotechnologie-Industrie an der Escuela Talento EPHOS
- ◆ Masterstudiengang in Lebensmittelforschung und -entwicklung an der Universität von Barcelona
- ◆ Hochschulabschluss in Pharmazie an der Universität von Barcelona
- ◆ Ausbilderin für Gesundheit und Umgang mit Lebensmitteln von der Fundació Esplai Girona

10

Auswirkung auf Ihre Karriere

Dieser Abschluss wird sich positiv auf die Karriere auswirken, da er Beschäftigungsmöglichkeiten in pharmazeutischen Unternehmen, Biotechnologieunternehmen, Zulassungsbehörden, Forschungslabors und anderen Organisationen im Zusammenhang mit der pharmazeutischen und biotechnologischen Industrie eröffnen wird. Darüber hinaus werden die Absolventen in der Lage sein, Schlüsselrollen in Bereichen wie Arzneimittelforschung und -entwicklung, Qualitätskontrolle und Regulierungsmanagement zu übernehmen.



“

Es stehen Ihnen interaktive Zusammenfassungen und eine ganze Reihe von Multimedia-Ressourcen zur Verfügung, mit denen Sie sich auf die Teamführung in der Pharmazie vorbereiten können"

Verbessern Sie Ihre Karriereaussichten und erhöhen Sie Ihre Chancen auf berufliches Wachstum mit einem Abschluss, den nur TECH bieten kann.

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.

Der Executive Master in MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen von TECH ist ein intensives Programm, das Sie auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im medizinischen und pharmazeutischen Bereich vorbereitet. Das Hauptziel ist es, Ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Wir helfen Ihnen, erfolgreich zu sein.

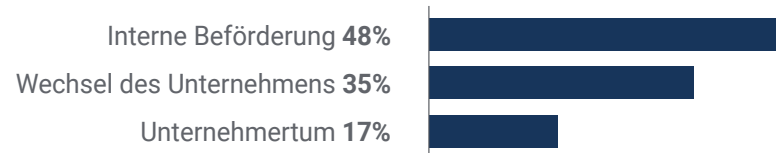
Wenn Sie sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und mit den Besten zusammenarbeiten wollen, sind Sie hier genau richtig.

Sie werden Teil einer Branche sein, die das Leben der Menschen beeinflusst und zur Entwicklung innovativer pharmazeutischer und biotechnologischer Lösungen beitragen.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **27,19%**



11

Vorteile für Ihr Unternehmen

Die Fachkraft, die sich für diesen Executive Master bei TECH entscheidet, wird in der Lage sein, dem Unternehmen einen bedeutenden Vorteil in der Pharma- und Biotechnologiebranche zu verschaffen. Ihre Erfahrung, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten werden sie in die Lage versetzen, ein effizientes Management, Kenntnisse über Vorschriften und deren Einhaltung zu gewährleisten. Darüber hinaus wird sie Innovation und Technologie einbringen und das Netzwerk von Kontakten und strategischen Partnerschaften der Organisation, mit der sie zusammenarbeitet, erweitern.





“

Sie werden sich mit dem Businessplan im Territorium befassen und seine Techniken im pharmazeutischen und biotechnologischen Bereich anwenden"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.



12

Qualifizierung

Der MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen garantiert neben der präzisen und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität University ausgestellten Diplom.



“

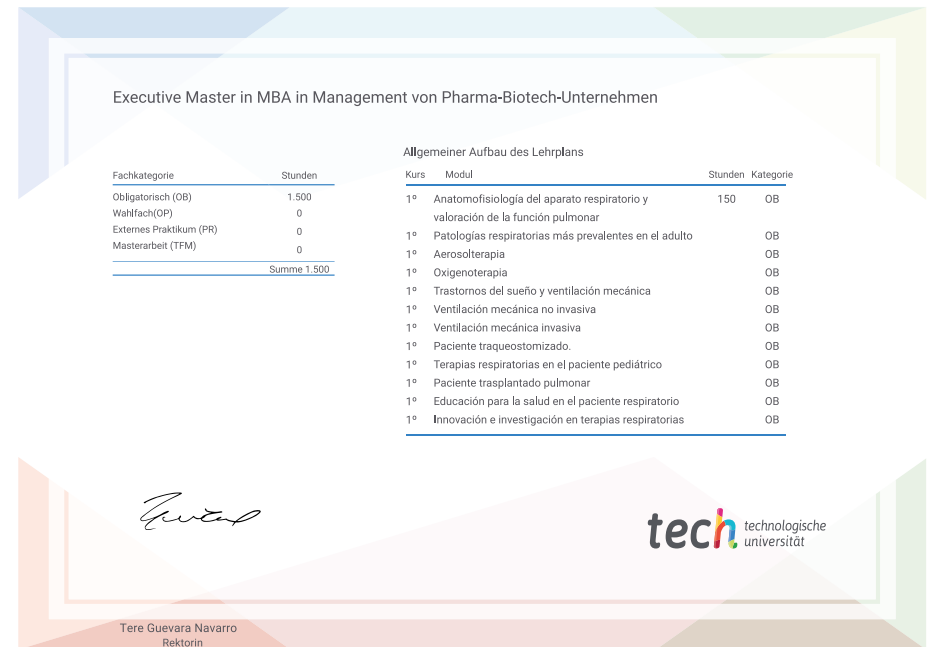
*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie
Ihren Universitätsabschluss ohne
lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen** 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: **Executive Master in MBA Management von Pharma-Biotech-Unternehmen**
Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 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.



Executive Master MBA in Management von Pharma-Biotech-Unternehmen

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

Executive Master

MBA in Management von
Pharma-Biotech-Unternehmen

