

Experto Universitario

Marketing Digital en Pharma
Biotech para Enfermería





Experto Universitario Marketing Digital en Pharma Biotech para Enfermería

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/enfermeria/experto-universitario/experto-marketing-digital-pharma-biotech-enfermeria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología de estudio

pág. 22

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

El marketing digital en la industria farmacéutica y biotecnológica ha experimentado una transformación significativa y se ha convertido en una herramienta indispensable para las empresas de este sector. Así, el empleo de técnicas de mercadotecnia es esencial para dar a conocer productos y servicios a través de las redes sociales y de Internet, contribuyendo a su éxito en el mercado. Para que el enfermero se mantenga a la vanguardia de este exigente campo, TECH ha desarrollado este programa, que permite al alumno conocer las punteras estrategias de investigación de mercados y los métodos para posicionar una marca en el entorno *Pharma Biotech*. Además, su carácter 100% en línea avala al alumno para conciliar una educación de primer nivel con sus compromisos personales y laborales.





“

Gracias a TECH, conocerás las mejores técnicas de marketing digital para aplicarlas en el sector Pharma Biotech”

El Marketing Digital en *Pharma Biotech* desempeña un papel fundamental debido a su capacidad para llegar de manera rápida, precisa y personalizada a un público objetivo específico. Esto brinda a las empresas farmacéuticas y biotecnológicas la oportunidad de aumentar su visibilidad, fortalecer su marca y promover sus productos de manera eficiente en un entorno altamente competitivo. Además, ofrece una variedad de herramientas y estrategias que permiten el análisis de datos y el seguimiento del rendimiento de las campañas, lo que facilita la toma de decisiones basadas en resultados tangibles.

En este sentido, se antoja indispensable la figura del profesional capacitado en las últimas tendencias de mercadotecnia online para que las compañías puedan mejorar su eficacia comunicativa, incrementar sus ventas y maximizar sus beneficios económicos. Por ende, TECH ha creado esta titulación, que otorga al alumno una completísima puesta al día en esta materia. A lo largo de su experiencia académica, indagará en la creación de estrategias de marketing digital según la segmentación realizada o conocerá las sofisticadas técnicas para acometer estudios de mercado en el entorno de Internet, entre otras cuestiones.

Gracias a que este programa se imparte en un formato 100% en línea, el alumno obtendrá la posibilidad de actualizarse en este ámbito profesional sin realizar desplazamientos hacia un centro académico. Además, disfrutará de una amplia gama de recursos educativos virtuales, como lecturas especializadas y resúmenes interactivos, que facilitarán su proceso de aprendizaje. Asimismo, el método de *Relearning* de TECH le permitirá comprender conceptos complejos de manera más efectiva en menos tiempo.

Este **Experto Universitario en Marketing Digital en Pharma Biotech para Enfermería** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por especialistas en *Pharma Biotech*
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Explora el impacto que puede causar el marketing en la promoción de productos farmacéuticos”

“

Aprovecharás las ventajas de las redes sociales para destacar en la industria Pharma Biotech gracias a esta titulación que solo te ofrece TECH”

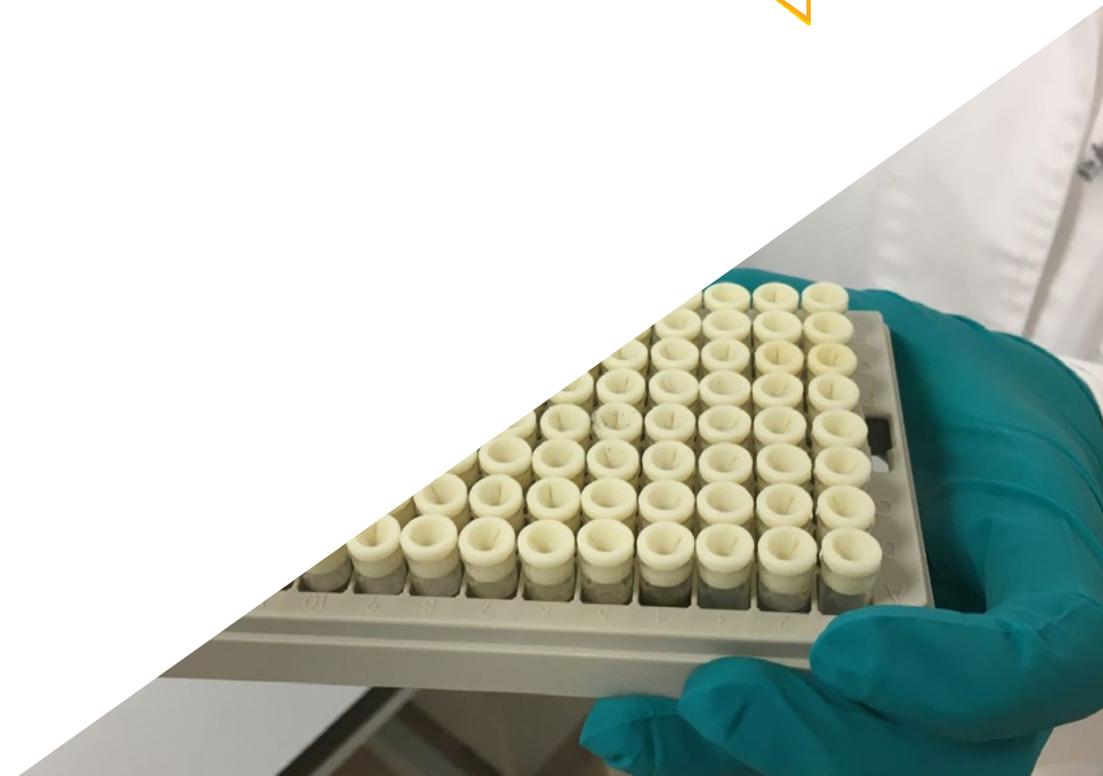
El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Dominarás las estrategias de Community Management en el entorno digital de Pharma Biotech por medio de este Experto Universitario 100% en línea.

Profundizarás en el poder del e-detailing y el CRM en el mundo digital y cómo aplicarlo a la industria farmacéutica.



02 Objetivos

El propósito de esta titulación es proporcionar al enfermero una actualización en las competencias y habilidades digitales requeridas en el campo de la farmacología y la biotecnología. De esta manera, podrá promover productos, establecer relaciones sólidas con otros expertos de la Medicina o posicionar la marca de empresas farmacéuticas, con el fin de lograr el crecimiento y el éxito en esta esfera tan especializada.



“

Tendrás a tu alcance resúmenes interactivos y toda una serie de recursos multimedia con los que ahondarás en los entresijos de la mercadotecnia digital en Pharma Biotech”



Objetivos generales

- ♦ Adquirir conocimiento sobre la historia de la Dirección estratégica
- ♦ Categorizar las diferentes definiciones a lo largo del tiempo
- ♦ Evaluar la eficiencia financiera
- ♦ Optimizar la gestión del capital de trabajo
- ♦ Conocer los distintos tipos de sistemas sanitarios, como la sanidad pública, privada/ seguros privados y concertada
- ♦ Evaluar las necesidades no cubiertas del paciente y la gestión de la cronicidad
- ♦ Entender en que consiste el Acceso al Mercado y cómo surge la necesidad de esta función en la industria farmacéutica
- ♦ Conocer la estructura, organización y funciones del Sistema Nacional de Salud
- ♦ Profundizar en los pasos que hay que seguir para planificar el acceso al mercado de un nuevo medicamento
- ♦ Revisar los puntos que se deben analizar en una fase previa al desarrollo del plan de acceso para conocer el entorno y competidores
- ♦ Conocer las capacidades y ética del Coach
- ♦ Comprender la esencia del Coaching y su enfoque en el aprendizaje
- ♦ Adquirir conocimientos básicos sobre los conceptos fundamentales del liderazgo y su aplicación en la industria farmacéutica
- ♦ Comprender y categorizar las teorías sobre el liderazgo, explorando el proceso de liderazgo y los diferentes estilos y modelos existentes
- ♦ Conseguir una herramienta eficaz de consecución de resultados
- ♦ Definir propuestas de valor únicas y diferenciadas





Objetivos específicos

Módulo 1. Marketing en Pharma Biotech

- ♦ Conocer la utilidad de la segmentación de mercado y los niveles de aproximación
- ♦ Diferenciar entre mercados de consumidores finales y segmentación basada en características
- ♦ Elaborar estrategias de marketing según la segmentación realizada
- ♦ Conocer la importancia del posicionamiento previo para obtener ventaja competitiva
- ♦ Elaborar estrategias de diferenciación y posicionamiento para alcanzar objetivos empresariales
- ♦ Comprender la relevancia de la información y recursos en el ámbito comercial
- ♦ Conocer las fuentes de información y técnicas para estudios de mercado
- ♦ Utilizar herramientas para diseño de encuestas y análisis de datos

Módulo 2. El Business Plan en el Territorio

- ♦ Conseguir una herramienta eficaz de consecución de resultados
- ♦ Definir propuestas de valor únicas y diferenciadas
- ♦ Aportar soluciones reales a tus clientes
- ♦ Establecer objetivos y como alcanzarlos
- ♦ Obtener toda la información necesaria para definir un plan
- ♦ Conseguir crecimientos de ventas
- ♦ Conseguir abrir nuevos mercados
- ♦ Comprender como funciona nuestro mercado y dar herramientas para enfrentarnos a el
- ♦ Investigar y satisfacer las necesidades de los clientes
- ♦ Evaluar la competencia

Módulo 3. Dirección Estratégica en la Industria Farmacéutica y Biotecnológica

- ♦ Adquirir conocimiento sobre la historia de la Dirección estratégica
- ♦ Categorizar las diferentes definiciones a lo largo del tiempo
- ♦ Profundizar en los niveles de dirección estratégica
- ♦ Comprender los 6 tipos de generación de valor en la empresa, utilizando ejemplos del sector
- ♦ Evaluar el rendimiento en la empresa
- ♦ Analizar el Entorno VUCA
- ♦ Aplicar el análisis PESTEL y el análisis de las 5 Fuerzas de Porter
- ♦ Realizar el análisis DAFO
- ♦ Realizar un análisis de la Cadena de Valor
- ♦ Analizar los recursos y competencias de la empresa



Con esta titulación, te convertirás en un experto en analítica e indicadores de negocio en el marketing digital para Enfermería”

03

Dirección del curso

El programa cuenta con un sobresaliente cuerpo académico que dictará las clases desde una perspectiva innovadora en términos académicos. Esto asegurará que los alumnos adquieran conocimientos de expertos reconocidos, con una amplia trayectoria en los ámbitos de la industria farmacéutica, la Medicina y los negocios. De esta forma, los participantes podrán tener plena seguridad de obtener una titulación de excelencia y aplicarla a su labor diaria.



“

Contarás con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, con el que aprenderás todo sobre segmentación, posicionamiento y targeting para la industria Biotech”

Dirección



D. Cardenal Otero, César

- ♦ Ejecutivo Farmabiomédico en Amgen
- ♦ Autor del libro "Comunicación de Marca Personal a Través de Las Redes Sociales por Parte de Los Profesionales del Sector salud"
- ♦ Licenciado en Marketing por la *Universidad Prifysgol Cymru* de Gales
- ♦ Grado de distinción en el curso *Inspiring Leadership throught Emotional Intelligence* de Case Western Reserve University
- ♦ Postgrado en Gestión y Salud de la Industria Farmacéutica de la Universidad Europea
- ♦ Máster en Administración de Pymes de la escuela Politécnica
- ♦ Especialización de Social Media Marketing por la Universidad de *Northwestern*
- ♦ Experto Universitario en Comercio y Transporte Internacional por la Universidad de Cantabria
- ♦ Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Cantabria

Profesores

Dña. Usó Moragues, Verónica

- ♦ Ayudante de *Inflammation Marketing* en Amgen
- ♦ Ayudante de Auditorías y Sistemas de Calidad en Grifols S.A.
- ♦ Máster MBA y Liderazgo en Industria Farmacéutica y Biotecnológica por Talento Ephos
- ♦ Máster en Bioinformática y Bioestadística por el Centro Europeo de Másters y Postgrados
- ♦ Graduada en Química por la Universitat de Barcelona

D. Rojas Palacio, Fernando

- ♦ Fundador y CEO de Navandu Technologies
- ♦ Fundador de la consultora internacional Brigal Health
- ♦ Experto en Big Data y Análisis de Redes Sociales por el MIT
- ♦ Senior Business Management Program por el Instituto de Empresa y Chicago Booth School of Business
- ♦ MSc en Ingeniería de Telecomunicación por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Profesor asociado a programas académicos de su especialidad



Dra. Palau Rodríguez, Magalí

- Doctora en Farmacia, experta en Investigación y Desarrollo de Alimentos
- Investigadora en Nutrición y Ciencia de los Alimentos por la Universidad de Barcelona
- Coordinadora del departamento de Marketing en campañas y material educativo
- Experta en Marketing Amgen en la Unidad de Metabolismo Óseo
- Doctora en Farmacia por la Universidad de Barcelona
- MBA en Industrias Farmacéuticas y Biotecnológicas en la Escuela Talento EPHOS
- Máster en Investigación y Desarrollo de Alimentos por la Universidad de Barcelona
- Licenciada en Farmacia por la Universidad de Barcelona
- Instructora en Salud y Manipulador de Alimentos por la Fundació Esplai Girona

“

*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para
impulsar tu desarrollo profesional”*

04

Estructura y contenido

Este programa académico ha compilado un contenido exclusivo, donde se explorarán en detalle los principios y aplicaciones de la mercadotecnia en el ámbito farmacéutico, cubriendo desde los fundamentos básicos hasta las últimas corrientes. Además, se proporcionará a los participantes las habilidades y conocimientos esenciales para concebir e implementar estrategias de ventas y marketing altamente eficaces en esta industria cada vez más competitiva. Todo esto estará disponible en una biblioteca virtual a la cual se podrá acceder en cualquier momento y lugar, tan solo requiriendo de un dispositivo electrónico con conexión a la red.





“

El sistema Relearning característico de este programa te habilitará para alcanzar un aprendizaje a tu medida”

Módulo 1. Marketing en *Pharma Biotech*

- 1.1. Omnicanalidad, impactos y *engagement*
 - 1.2.1. Marketing de impacto
 - 1.2.2. Canales generalistas y redes sociales
 - 1.2.3. *Community Management*
 - 1.2.4. *E-detailing* y CRM en el entorno digital
 - 1.2.5. Publicidad programática
 - 1.2.6. Analítica e indicadores de negocio
- 1.2. La Segmentación, el posicionamiento y el targeting
 - 1.2.1. La Segmentación
 - 1.2.2. El mapa de posicionamiento
 - 1.2.3. El Targeting
 - 1.2.4. Conclusión
- 1.3. Investigación de Mercados
 - 1.3.1. El Sistema del Márketing
 - 1.3.2. La Obtención de Información
 - 1.3.3. El Proceso de Investigación
 - 1.3.4. Conclusiones
- 1.4. La Gestión de La Marca y Neuromárketing
 - 1.4.1. El Branding
 - 1.4.2. Tipos de Branding
 - 1.4.3. El Neuromarketing y su aplicación en la Industria Farmacéutica
 - 1.4.4. Conclusiones
- 1.5. El Plan de Marketing Digital
 - 1.5.1. Integrar el Márketing Digital en la Estrategia Global de Márketing
 - 1.5.2. El Community Manager
 - 1.5.3. El Plan de Marketing Digital
 - 1.5.4. Público objetivo
- 1.6. El E-Commerce
 - 1.6.1. El embudo de conversión
 - 1.6.2. Promoción del E-Commerce
 - 1.6.3. Métricas
 - 1.6.4. Plataformas de comercio electrónico

- 1.7. Estrategias digitales
 - 1.7.1. Estrategias de comunicación en social media. Co-creación de contenidos
 - 1.7.2. Marketing de contenidos e influencers
 - 1.7.3. Marketing digital como apoyo al liderazgo del área terapéutica
 - 1.7.4. Asociación de pacientes
- 1.8. Diseño de los programas digitales
 - 1.8.1. Definición de objetivos
 - 1.8.2. Programas de apoyo a las estrategias de marca: *disease awareness, switching y engagement*
 - 1.8.3. El marketing digital y la red de ventas
 - 1.8.4. Target
- 1.9. Analítica de datos e Inteligencia Artificial
 - 1.9.1. Aplicaciones de big data en la industria farmacéutica
 - 1.9.2. Herramientas de inteligencia artificial como soporte al diagnóstico
 - 1.9.3. Herramientas de inteligencia artificial como soporte al manejo del paciente
 - 1.9.4. Últimas novedades
- 1.10. Otras tecnologías
 - 1.10.1. Registros electrónicos y recogida de información
 - 1.10.2. Web 3 y nuevas tendencias en la economía del token. Impacto en la industria farmacéutica
 - 1.10.3. Realidad virtual, aumentada y mixta
 - 1.10.4. Metaverso

Módulo 2. El Business Plan en el Territorio

- 2.1. Los planes de negocio
 - 2.1.1. Qué es un plan de negocio
 - 2.1.2. Propósito y objetivos de los planes de negocio
 - 2.1.3. Por qué es importante hacer un plan de negocio
 - 2.1.4. Cuando debemos hacer un plan de negocio

- 2.2. Contexto de la industria farmacéutica
 - 2.2.1. Situación estructural de la industria farmacéutica
 - 2.2.2. Personas y departamentos clave en el desarrollo de un plan de acción:
 - 2.2.3. Dirección General
 - 2.2.3.1. Dirección de Ventas
 - 2.2.3.2. Departamento de Marketing
 - 2.2.3.3. Departamento Médico
 - 2.2.3.4. Departamento Financiero
 - 2.2.3.5. Departamento Regulatorio
 - 2.2.4. Desafíos actuales de la industria farmacéutica
- 2.3. Etapas para definir un plan de negocio
 - 2.3.1. Definir objetivo
 - 2.3.2. Descripción del producto: atributos clave
 - 2.3.3. Que información necesito para realizar un plan
 - 2.3.4. Alineamiento con la estrategia
 - 2.3.5. *Definir timings*
 - 2.3.6. *Definir recursos*
 - 2.3.7. Establecer resultados
- 2.4. Plan comercial y de marketing
 - 2.4.1. Recursos comerciales para establecer un plan
 - 2.4.2. Elección del plan en función de nuestro objetivo
 - 2.4.3. Estrategia de marketing: alineamiento
 - 2.4.4. Recursos de marketing como palanca
- 2.5. Análisis de los clientes
 - 2.5.1. Gestión de las relaciones con clientes
 - 2.5.2. Identificar necesidades de clientes
 - 2.5.3. Comunicación con clientes
 - 2.5.4. Conclusiones
- 2.6. Análisis de la competencia
 - 2.6.1. Segmentación del mercado
 - 2.6.2. Análisis competitivo de tu producto
 - 2.6.3. Estrategias comerciales frente a la competencia
 - 2.6.4. Planes de expansión
 - 2.6.5. Planes de defensa

- 2.7. Análisis económico del plan de negocio
 - 2.7.1. Estimación de costes y de objetivos
 - 2.7.2. Fuentes y estrategias de inversión
 - 2.7.3. Análisis de riesgos financieros
 - 2.7.4. Evaluación del retorno de la inversión
- 2.8. Implementación y seguimiento del plan de negocio
 - 2.8.1. Agenda del plan de negocio
 - 2.8.2. Monitorización del proceso y mecanismos de revisión según evolución
 - 2.8.3. KPI: indicadores objetivos de resultados
 - 2.8.4. Conclusiones
- 2.9. Análisis final del plan de negocio
 - 2.9.2. Cumplimiento de plazos
 - 2.9.3. Análisis de resultados
 - 2.9.4. Análisis presupuestario
- 2.10. Plan de marketing *pharma biotech*
 - 2.10.1. Análisis de mercado
 - 2.10.2. Competencia
 - 2.10.3. Público Objetivo
 - 2.10.4. Posicionamiento de marca

Módulo 3. Dirección Estratégica en la Industria Farmacéutica y Biotecnológica

- 3.1. Estrategias entrada al mercado
 - 3.1.1. Investigación de mercado
 - 3.1.2. Socios estratégicos
 - 3.1.3. Estrategias más usadas
 - 3.1.4. Monitoreo y adaptación
- 3.2. La Dirección Estratégica en la Empresa Farmacéutica
 - 3.2.1. Los niveles de dirección estratégica
 - 3.2.2. La innovación
 - 3.2.3. Portafolio
 - 3.2.4. Adquisiciones

- 3.3. La Creación de Valor en la Empresa
 - 3.3.1. Los 6 tipos de generación de valor en la empresa
 - 3.3.2. Rendimiento en la empresa
 - 3.3.3. Ejemplos del sector
 - 3.3.4. Conclusiones
- 3.4. El Entorno de la empresa Farmacéutica y Biotecnológica
 - 3.4.1. El Entorno VUCA
 - 3.4.2. Análisis PESTEL
 - 3.4.3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter
 - 3.4.4. Análisis DAFO
- 3.5. El Análisis Interno
 - 3.5.1. Análisis de la Cadena de Valor
 - 3.5.2. Análisis de los Recursos y Competencias
 - 3.5.3. El Análisis VRIO
 - 3.5.4. Conclusiones
- 3.6. Estrategias de la Unidad Estratégica de Negocio
 - 3.6.1. La Unidad Estratégica de Negocio
 - 3.6.2. La Ventaja Competitiva
 - 3.6.3. Tipos de Estrategias Según su Ventaja Competitiva
 - 3.6.4. Conclusiones
- 3.7. Estrategia Corporativa y Diversificación
 - 3.7.1. Estrategia Corporativa
 - 3.7.2. Estrategia en la Cartera de Negocios
 - 3.7.3. Estrategia de Crecimiento
 - 3.7.4. Estrategias más usadas
- 3.8. Estrategia de internacionalización
 - 3.8.1. Estrategia Internacional de una Empresa
 - 3.8.2. La Globalización de la Economía
 - 3.8.3. Riesgos de la Internacionalización
 - 3.8.4. Beneficios de la internalización





- 3.9. Alianzas Estratégicas, Absorciones y Fusiones
 - 3.9.1. Estrategia de Crecimiento Externo vs Crecimiento Interno
 - 3.9.2. Alianzas en la Industria Farmacéutica
 - 3.9.3. Fusiones del Sector
 - 3.9.4. Adquisiciones del sector
- 3.10. Ética y responsabilidad Social Corporativa
 - 3.10.1. Ética Empresarial
 - 3.10.2. Sostenibilidad Ambiental
 - 3.10.3. Responsabilidad social
 - 3.10.4. Ecología sostenible

“Disfrutarás de los contenidos académicos más actualizados del panorama educativo, disponibles en formatos multimedia innovadores para optimizar tu estudio”

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



06

Titulación

El Experto Universitario en Marketing Digital en Pharma Biotech para Enfermería garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Marketing Digital en Pharma Biotech para Enfermería** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Marketing Digital en Pharma Biotech para Enfermería**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario
Marketing Digital
en Pharma Biotech
para Enfermería

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Marketing Digital en Pharma
Biotech para Enfermería