

Esperto Universitario

Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico



Esperto Universitario Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/farmacia/specializzazione/specializzazione-gestione-finanziaria-marketing-farmaceutico

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Direzione del corso

pag. 12

04

Struttura e contenuti

pag. 16

05

Metodologia

pag. 22

06

Titolo

pag. 30

01

Presentazione

Che si tratti di piccole farmacie, laboratori o di distributori di prodotti e servizi, utilizzano tutti tecniche di Marketing per raggiungere i loro obiettivi commerciali. In questo processo, la definizione del giusto piano strategico è fondamentale. Così, la gestione finanziaria diventa essenziale per raggiungere l'obiettivo, senza trascurare le risorse economiche a disposizione. In questa linea, questo Esperto Universitario progettato da TECH porterà il farmacista ad approfondire gli elementi essenziali per implementare campagne promozionali, tenendo conto degli aspetti più rilevanti della gestione economica. Il tutto, in un formato didattico 100% online e attraverso il miglior materiale didattico multimediale, realizzato da esperti con una consolidata carriera professionale nel settore.



“

Aggiornati in soli 6 mesi sui processi chiave per una Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico di successo”

La pianificazione, l'allocazione e il controllo efficiente delle risorse finanziarie destinate alle strategie di Marketing e promozione sono fondamentali per il loro successo. Il professionista farmaceutico che conosce il settore deve tenere conto anche di questi fattori economici per poter attuare in sicurezza linee d'azione commerciali all'interno del proprio stabilimento o con i prodotti che vende.

Ciò comporta un'analisi dettagliata dei costi associati alla pubblicità online e offline, alla partecipazione a eventi e conferenze e alla creazione di materiale promozionale. Per questo motivo è stato elaborato questo Esperto Universitario di 6 mesi in Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico.

Si tratta di un programma avanzato, sviluppato da veri esperti che porteranno lo studente ad approfondire il presente dell'industria farmaceutica, le risorse da destinare al reparto marketing e la gestione del personale all'interno di questo settore. A tal fine, il farmacista avrà a disposizione risorse didattiche basate su video riassuntivi di ogni argomento, video di approfondimento, letture specialistiche e simulazioni di casi di studio.

Si tratta di un'eccellente opportunità per i professionisti di ottenere un aggiornamento completo di questo campo, attraverso una qualifica che si caratterizza per la sua flessibilità. Gli studenti hanno bisogno solo di un dispositivo digitale (cellulare, Tablet o computer) con una connessione a Internet per visualizzare, in qualsiasi momento della giornata, i contenuti ospitati sulla piattaforma virtuale.

Questo **Esperto Universitario in Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Farmacia
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Particolare enfasi speciale sulle metodologie innovative
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet



Un'opzione accademica che ti permetterà di tenerti aggiornato sulle strategie utilizzate nella pubblicità tradizionale e nel Marketing digitale"

“ *Potrai migliorare le tue competenze nella gestione finanziaria orientata alle iniziative di Marketing farmaceutico* ”

Approfondisci la gestione del rischio finanziario applicata al Marketing Farmaceutico grazie a casi di studio forniti da esperti del settore.

Impara di più sulla gestione del budget di Marketing comodamente da casa tua.

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti del settore e altre aree correlate, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

Contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.



02

Obiettivi

L'obiettivo di questa qualifica universitaria è fornire agli specialisti le strategie e gli strumenti necessari per accrescere le loro competenze nello sviluppo di piani di Marketing Farmaceutico. A tal fine, dispone di un programma esaustivo con un approccio teorico-pratico di grande utilità per la realizzazione di azioni di promozione e marketing, tenendo conto dei criteri economici più efficienti. Inoltre, si avvale del supporto di un personale docente specializzato, in grado di rispondere a qualsiasi domanda sul contenuto di questo programma.



“

Migliora le tue competenze per la gestione delle strategie commerciali con questa qualifica universitaria di 450 ore di insegnamento”



Obiettivi generali

- ◆ Acquisire conoscenze specialistiche sull'Industria Farmaceutica
- ◆ Approfondire l'Industria Farmaceutica
- ◆ Approfondire gli ultimi sviluppi dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere la struttura e il funzionamento dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere l'ambiente competitivo dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere i concetti e le metodologie delle ricerche di mercato
- ◆ Utilizzare tecnologie e strumenti per le ricerche di mercato
- ◆ Sviluppare competenze di vendita specifiche per l'Industria Farmaceutica
- ◆ Comprendere il ciclo di vendita dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Analizzare il comportamento dei clienti e le esigenze del mercato
- ◆ Sviluppare capacità di leadership
- ◆ Comprendere gli aspetti specifici della gestione nell'Industria Farmaceutica
- ◆ Applicare le tecniche di Direzione dei progetti
- ◆ Comprendere i principi e i fondamenti del Marketing nell'Industria Farmaceutica





Obiettivi specifici

Modulo 1. Struttura dell'Industria Farmaceutica

- ◆ Approfondire la struttura e il funzionamento dell'Industria Farmaceutica
- ◆ Analizzare la catena di approvvigionamento, i principali attori e le loro interazioni
- ◆ Trattare l'ambiente competitivo dell'Industria Farmaceutica

Modulo 2. Amministrazione finanziaria per il dipartimento di Marketing

- ◆ Approfondire la comprensione dei principali concetti finanziari
- ◆ Applicare le tecniche di valutazione dei progetti di Marketing
- ◆ Approfondire l'impatto finanziario delle strategie di Marketing

Modulo 3. Direzione e gestione di team nell'Industria Farmaceutica

- ◆ Sviluppare capacità di leadership
- ◆ Analizzare gli aspetti specifici della direzione nell'Industria Farmaceutica
- ◆ Applicare le tecniche di direzione dei progetti



Aumenta le tue competenze per integrare le più efficaci tecniche di gestione dei progetti nell'Industria Farmaceutica"

03

Direzione del corso

Per fornire un aggiornamento di prima qualità, TECH ha effettuato un rigoroso processo di selezione di tutti i professori che compongono il programma. In questo modo, lo studente otterrà un aggiornamento completo da parte di specialisti con un'esperienza professionale consolidata all'interno dell'Industria Farmaceutica e del Marketing. In questo modo, questa istituzione accademica risponde alla necessità di aumentare le competenze relative a questo settore.



“

Potrai risolvere ogni tuo dubbio sul Piano di Marketing Farmaceutico grazie ai migliori esperti del settore”

Direzione



Dott. Calderón, Carlos

- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso *Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.*
- ◆ Consulente di Marketing e Pubblicità presso *Experiencia MKT*
- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso *Marco Aldany*
- ◆ CEO e direttore creativo presso *C&C Advertising*
- ◆ Direttore Marketing e Pubblicità presso *Elsevier*
- ◆ Direttore Creativo presso *CPM Consultores de Publicidad y Marketing*
- ◆ Tecnico Pubblicitario presso la *CEV di Madrid*



Dott. Expósito Esteban, Alejandro

- ◆ Direttore Digitale di *Innovation and Business Operation* presso *Merck Group*
- ◆ Direttore Digitale e delle Nuove Tecnologie presso *McDonals Spagna*
- ◆ Direttore delle Alleanze e dei Canali presso *Microma The Service Group*
- ◆ Direttore dei Servizi Post-vendita presso *Pc City Spain S.A.U.*



Personale docente

Dott. García-Valdecasas Rodríguez de Rivera, Jesús

- ◆ Responsabile Tecnico Farmaceutico presso Laboratorios Bohm
- ◆ Tecnico Responsabile Area Biocidi e Cosmetici presso Laboratorios Bohm
- ◆ Coordinatore di Qualità e Registrazione presso Laboratorios Bohm
- ◆ Direttore Assicurazione Qualità, Sviluppo e Affari Regolamentari presso Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Responsabile dei Registri/Servizi Tecnici presso Arafarma Group S.A.
- ◆ Laurea in Farmacia presso l'Università di Alcalá
- ◆ Master in Industria Farmaceutica e Parafarmaceutica presso il Centro di Studi Superiori dell'Industria Farmaceutica (CESIF)

Dott. González Suárez, Hugo

- ◆ Digital & Product Marketing Manager presso Laboratorios ERN S.A.
- ◆ Product Marketing and Project Manager presso Amgen
- ◆ Laurea in Biochimica e Farmacologia presso la Cambridge International University
- ◆ Master in Marketing presso il Centro di Studi Superiori dell'Industria Farmaceutica (CESIF)
- ◆ Master in Amministrazione di Business presso *ESNECA* Business School

Dott. Puerto Peña, Gustavo

- ◆ CEO presso Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Direttore Commerciale e Amministrativo presso Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Direttore Marketing presso Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ◆ Programma per Amministratori Indipendenti presso la *ICADE* Business School
- ◆ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale presso la *Saint Louis University*
- ◆ Membro di: ANEFP, Farmaindustria, ADEFAM

04

Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico fornirà ai farmacisti le conoscenze più aggiornate in materia di bilancio per il Marketing dei prodotti farmaceutici. In questo modo, il farmacista acquisirà una conoscenza approfondita della valutazione delle prestazioni, della gestione del rischio monetario e della redditività dei nuovi prodotti. Tutto questo senza dover investire lunghe ore di studio, poiché il sistema *Relearning*, basato sulla reiterazione dei contenuti chiave, facilita il consolidamento dei concetti fondamentali.



“

*Un piano di studi adattato alle tue esigenze
e progettato con la metodologia pedagogica
più rivoluzionaria, il sistema Relearning”*

Modulo 1. Struttura dell'Industria Farmaceutica

- 1.1. Sviluppo farmacologico
 - 1.1.1. Scoperta di farmaci
 - 1.1.2. Farmacocinetica
 - 1.1.3. Farmacodinamica
 - 1.1.4. Sperimentazioni precliniche
- 1.2. Il laboratorio Farmaceutico
 - 1.2.1. Pratiche corrette di laboratorio
 - 1.2.2. Attrezzature di laboratorio
 - 1.2.3. Strumentazione di laboratorio
 - 1.2.4. Analisi microbiologica
- 1.3. R&S
 - 1.3.1. Tecniche di screening
 - 1.3.2. Tecniche di validazione
 - 1.3.3. Progettazione razionale
 - 1.3.4. Chimica dei medicinali
- 1.4. Brevetti
 - 1.4.1. Fondamenti della proprietà intellettuale
 - 1.4.2. Procedure per la richiesta di brevetti
 - 1.4.3. Analisi di brevettabilità
 - 1.4.4. Strategie di protezione
- 1.5. Generici
 - 1.5.1. Equivalenza terapeutica
 - 1.5.2. Bioequivalenza
 - 1.5.3. Processo di sviluppo
 - 1.5.4. Processo di produzione
- 1.6. Gestione delle scorte
 - 1.6.1. Controllo delle scorte
 - 1.6.2. Gestione dell'inventario
 - 1.6.3. Metodi di previsione della domanda
 - 1.6.4. Software di gestione delle scorte
- 1.7. Sconti
 - 1.7.1. Sconti per volume
 - 1.7.2. Sconti sulla liquidità
 - 1.7.3. Sconti fedeltà
 - 1.7.4. Analisi della redditività degli sconti



- 1.8. Catena del valore dell'industria farmaceutica
 - 1.8.1. Gestione dei rischi
 - 1.8.2. Tecnologie dell'informazione
 - 1.8.3. Sostenibilità
 - 1.8.4. Responsabilità sociale
- 1.9. Alleanze strategiche
 - 1.9.1. Collaborazioni
 - 1.9.2. Accordi di licenza
 - 1.9.3. *Joint Ventures*
 - 1.9.4. Negoziazione di alleanze strategiche
- 1.10. Organismi di regolamentazione
 - 1.10.1. Sorveglianza post-marketing
 - 1.10.2. Audit regolatori
 - 1.10.3. Armonizzazione regolatoria
 - 1.10.4. Riconoscimento reciproco delle registrazioni

Modulo 2. Amministrazione finanziaria per il dipartimento di Marketing

- 2.1. Budget di Marketing
 - 2.1.1. Pubblicità tradizionale
 - 2.1.2. Marketing digitale
 - 2.1.3. Relazioni con i media
 - 2.1.4. Pubbliche relazioni
- 2.2. Analisi costi-benefici
 - 2.2.1. ACE
 - 2.2.2. ACU
 - 2.2.3. CBA
 - 2.2.4. ACM
- 2.3. Misurazione delle prestazioni
 - 2.3.1. Quota di mercato
 - 2.3.2. Ritorno sull'investimento
 - 2.3.3. Ricerca e sviluppo
 - 2.3.4. Efficienza operativa
- 2.4. Pianificazione finanziaria
 - 2.4.1. Budget
 - 2.4.2. Gestione dell'inventario
 - 2.4.3. Gestione dei rischi
 - 2.4.4. Capitalizzazione

- 2.5. Gestione del rischio finanziario
 - 2.5.1. Diversificazione dei prodotti
 - 2.5.2. Gestione della catena di approvvigionamento
 - 2.5.3. Copertura del rischio finanziario
 - 2.5.4. Conclusioni
- 2.6. Redditività
 - 2.6.1. Efficienza nella produzione
 - 2.6.2. Strategie di marketing
 - 2.6.3. Espansione geografica
 - 2.6.4. Conclusioni
- 2.7. Investimenti futuri
 - 2.7.1. Analisi del rischio
 - 2.7.2. Opportunità di mercato
 - 2.7.3. Scelta dei tempi
 - 2.7.4. Conclusioni
- 2.8. Le risorse finanziarie dell'azienda
 - 2.8.1. Capitale proprio
 - 2.8.2. Finanziamento del debito
 - 2.8.3. Capitale di rischio
 - 2.8.4. Sovvenzioni
- 2.9. Ritorno dell'investimento
 - 2.9.1. Brevetti
 - 2.9.2. Ricerca
 - 2.9.3. Analisi
 - 2.9.4. Conclusione
- 2.10. La redditività dei nuovi prodotti
 - 2.10.1. Efficacia e sicurezza
 - 2.10.2. Domanda
 - 2.10.3. Offerta
 - 2.10.4. Proprietà intellettuale

Modulo 3. Direzione e gestione di team nell'Industria Farmaceutica

- 3.1. Leadership nell'Industria Farmaceutica
 - 3.1.1. Tendenze e sfide della leadership
 - 3.1.2. Leadership di trasformazione
 - 3.1.3. Leadership nella Gestione dei rischi
 - 3.1.4. Leadership nel miglioramento continuo
- 3.2. Gestione del talento
 - 3.2.1. Strategie di reclutamento
 - 3.2.2. Sviluppo di profili
 - 3.2.3. Pianificazione della successione
 - 3.2.4. Mantenimento dei talenti
- 3.3. Sviluppo e formazione del team
 - 3.3.1. GMP Buone pratiche di fabbricazione
 - 3.3.2. Sviluppo delle abilità tecniche
 - 3.3.3. Formazione sulla sicurezza
 - 3.3.4. Sviluppo in R&S
- 3.4. Strategie di comunicazione interna
 - 3.4.1. Sviluppo di una cultura della comunicazione aperta
 - 3.4.2. Comunicazione di obiettivi e strategie
 - 3.4.3. Comunicazione dei cambiamenti organizzativi
 - 3.4.4. Comunicazione di politiche e procedure
- 3.5. Gestione del rendimento
 - 3.5.1. Definizione di obiettivi e traguardi chiari
 - 3.5.2. Definizione di indicatori di rendimento
 - 3.5.3. Feedback continuo
 - 3.5.4. Valutazione dell'impegno
- 3.6. Gestione del cambiamento
 - 3.6.1. Diagnosi della necessità di cambiamento
 - 3.6.2. Comunicazione efficace del cambiamento
 - 3.6.3. Creazione di un senso d'urgenza
 - 3.6.4. Identificare i leader del cambiamento
- 3.7. Gestione della qualità
 - 3.7.1. Definizione degli standard di qualità
 - 3.7.2. Implementazione dei sistemi di Gestione della qualità
 - 3.7.3. Controllo della qualità nella produzione
 - 3.7.4. Gestione dei fornitori



- 3.8. Gestione del budget di Marketing
 - 3.8.1. Pianificazione strategica del Marketing
 - 3.8.2. Definizione del budget totale di Marketing
 - 3.8.3. Distribuzione del budget per canali di Marketing
 - 3.8.4. Analisi del ritorno sull'investimento (ROI)
- 3.9. Pianificazione ed esecuzione delle campagne di Marketing
 - 3.9.1. Analisi del mercato e del pubblico target
 - 3.9.2. Definizione degli obiettivi della campagna
 - 3.9.3. Sviluppo delle strategie di Marketing
 - 3.9.4. Selezione dei canali di Marketing
- 3.10. Aggiornamento degli sviluppi del mercato
 - 3.10.1. Analisi delle tendenze del mercato
 - 3.10.2. Monitoraggio della concorrenza
 - 3.10.3. Monitoraggio delle novità del settore
 - 3.10.4. Partecipazione a eventi e conferenze

“

Con TECH sarai aggiornato sulle tecniche e gli strumenti utilizzati nella pianificazione e nell'esecuzione di campagne di Marketing Farmaceutico"

05

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

In TECH applichiamo il Metodo Casistico

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Durante il programma affronterai molteplici casi clinici simulati ma basati su pazienti reali, per risolvere i quali dovrai indagare, stabilire ipotesi e infine fornire una soluzione. Esistono molteplici prove scientifiche sull'efficacia del metodo. Gli studenti imparano meglio, in modo più veloce e sostenibile nel tempo.

Grazie a TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali di tutto il mondo.



Secondo il dottor Gérvas, il caso clinico è una presentazione con osservazioni del paziente, o di un gruppo di pazienti, che diventa un "caso", un esempio o un modello che illustra qualche componente clinica particolare, sia per il suo potenziale didattico che per la sua singolarità o rarità. È essenziale che il caso sia radicato nella vita professionale attuale, cercando di ricreare le condizioni reali nella pratica professionista farmaceutico.

“

Sapevi che questo metodo è stato sviluppato ad Harvard nel 1912 per gli studenti di Diritto? Il metodo casistico consisteva nel presentare agli studenti situazioni reali complesse per far prendere loro decisioni e giustificare come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard”

L'efficacia del metodo è giustificata da quattro risultati chiave:

1. I farmacisti che seguono questo metodo, non solo assimilano i concetti, ma sviluppano anche la capacità mentale, grazie a esercizi che valutano situazioni reali e richiedono l'applicazione delle conoscenze.
2. L'apprendimento è solidamente fondato su competenze pratiche, che permettono allo studente di integrarsi meglio nel mondo reale.
3. L'approccio a situazioni nate dalla realtà rende più facile ed efficace l'assimilazione delle idee e dei concetti.
4. La sensazione di efficienza degli sforzi compiuti diventa uno stimolo molto importante per gli studenti e si traduce in un maggiore interesse per l'apprendimento e in un aumento del tempo dedicato al corso.



Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il farmacista imparerà mediante casi reali e la risoluzione di situazioni complesse in contesti di apprendimento simulati. Queste simulazioni sono sviluppate utilizzando software all'avanguardia per facilitare un apprendimento coinvolgente.



All'avanguardia della pedagogia mondiale, il metodo Relearning è riuscito a migliorare i livelli di soddisfazione generale dei professionisti che completano i propri studi, rispetto agli indicatori di qualità della migliore università online del mondo (Columbia University).

Grazie a questa metodologia abbiamo formato con un successo senza precedenti più di 115.000 farmacisti di tutte le specialità cliniche, indipendentemente dal carico chirurgico. La nostra metodologia pedagogica è stata sviluppata in un contesto molto esigente, con un corpo di studenti universitari di alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico.

Il punteggio complessivo del sistema di apprendimento di TECH è 8.01, secondo i più alti standard internazionali.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati da studenti specialisti che insegneranno nel corso, appositamente per esso, in modo che lo sviluppo didattico sia realmente specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Tecniche e procedure in video

TECH rende partecipe lo studente delle ultime tecniche, degli ultimi progressi educativi e dell'avanguardia delle tecniche farmaceutiche attuali. Il tutto in prima persona, con il massimo rigore, spiegato e dettagliato affinché tu lo possa assimilare e comprendere. E la cosa migliore è che puoi guardarli tutte le volte che vuoi.



Riepiloghi interattivi

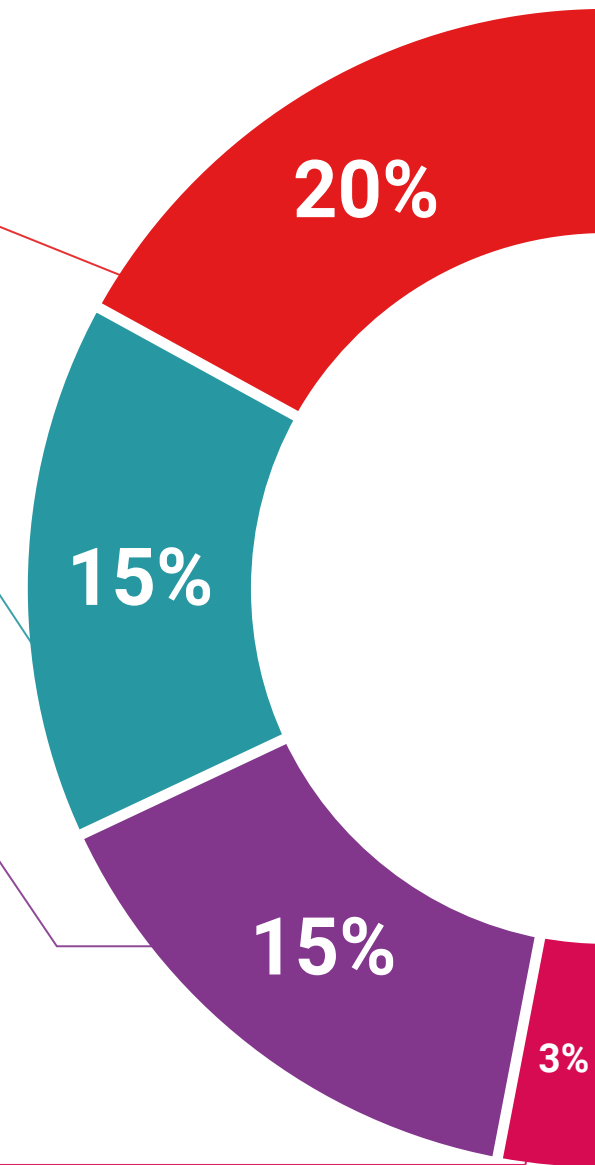
Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

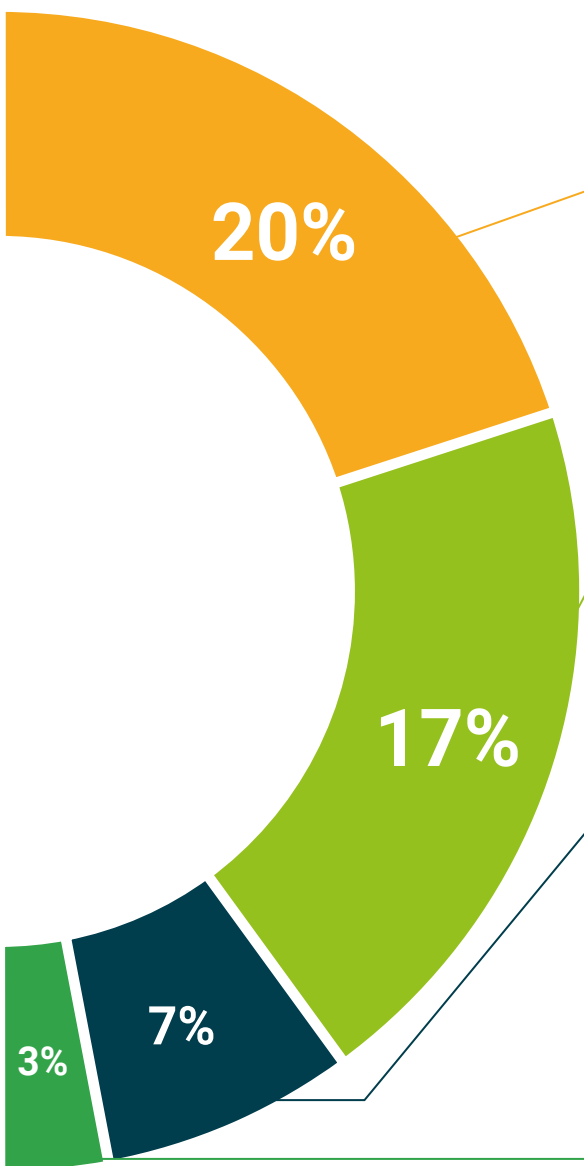
Questo sistema di specializzazione unico per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Analisi di casi elaborati e condotti da esperti

Un apprendimento efficace deve necessariamente essere contestuale. Per questa ragione, ti presenteremo il trattamento di alcuni casi reali in cui l'esperto ti guiderà attraverso lo sviluppo della cura e della risoluzione di diverse situazioni: un modo chiaro e diretto per raggiungere il massimo grado di comprensione.



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi: la denominazione "Learning from an Expert" rafforza le conoscenze e i ricordi e genera sicurezza nel futuro processo decisionale.



Guide di consultazione veloce

TECH ti offre i contenuti più rilevanti del corso in formato schede o guide di consultazione veloce. Un modo sintetico, pratico ed efficace per aiutare lo studente a progredire nel suo apprendimento.



06 Titolo

L'Esperto Universitario in Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico** possiede il programma scientifico più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Gestione Finanziaria del Marketing Farmaceutico**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata inn
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Gestione Finanziaria del
Marketing Farmaceutico

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a tua scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario
Gestione Finanziaria del
Marketing Farmaceutico