

Certificat Avancé

Marketing Numérique en Pharma Biotech



Certificat Avancé Marketing Numérique en Pharma Biotech

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/medecine/diplome-universite/diplome-universite-marketing-numerique-pharma-biotech

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 16

05

Méthodologie

page 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

Le Marketing Numérique dans le domaine pharmaceutique et biotechnologique est devenu un outil essentiel pour les entreprises de ce secteur. Ainsi, les stratégies de marketing en ligne sont essentielles pour faire connaître les nouveaux produits et services aux consommateurs potentiels. C'est pour cette raison que les médecins doivent se tenir à jour dans un domaine vital et de plus en plus développé dans le secteur *Pharma Biotech*. Pour répondre à ce besoin, TECH a développé ce programme, qui fournit au spécialiste des techniques avancées pour la recherche de clients et le positionnement de la marque sur Internet. De plus, cette expérience académique est 100% en ligne, vous ne serez donc pas obligé d'abandonner vos tâches personnelles et professionnelles quotidiennes.



“

*Acquérir les meilleures techniques
pour améliorer l'image de marque
d'une société Pharma Biotech"*

Le Marketing Numérique en *Pharma Biotech* est d'une importance vitale en raison de sa capacité à atteindre un public cible spécifique de manière rapide, précise et personnalisée. Il permet aux entreprises biopharmaceutiques d'accroître leur visibilité, de renforcer leur marque et de promouvoir efficacement leurs produits dans un environnement hautement concurrentiel. En outre, elle offre une variété d'outils et de stratégies qui permettent l'analyse des données et le suivi des performances des campagnes, facilitant ainsi la prise de décision sur la base de résultats tangibles. Par conséquent, le médecin qui souhaite contribuer au succès d'une entreprise *Pharma Biotech* est obligé d'avoir des connaissances actualisées dans ce domaine.

Compte tenu de cette situation, TECH a concentré ses efforts sur la création de ce diplôme, grâce auquel l'étudiant obtiendra une excellente mise à jour en Marketing Numérique applicable à l'industrie biopharmaceutique. Pendant 6 mois d'études intensives, les étudiants apprendront en profondeur les stratégies de segmentation du public et les méthodes de conception d'un plan de marketing en ligne. Il abordera également les procédures nécessaires à l'élaboration d'un *Business Plan*.

Grâce au fait que ce Certificat Avancé est enseigné dans un format 100% en ligne, les médecins seront en mesure de compléter leur formation de remise à niveau sans avoir besoin de faire des voyages inconfortables à un centre d'étude. De plus, vous bénéficierez d'une vaste bibliothèque virtuelle de ressources pédagogiques, telles que des lectures spécialisées, des résumés interactifs et des vidéos explicatives. Ils peuvent ainsi choisir les formats qui conviennent le mieux à leurs préférences académiques.

Ce **Certificat Avancé en Marketing Numérique en Pharma Biotech** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des spécialistes en Pharma Biotech
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et concrètes essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation est utilisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



Profitez d'une expérience académique conçue par d'excellents experts dans le domaine de la Pharma Biotech"



Découvrez les dernières techniques de segmentation de l'audience afin d'optimiser votre stratégie de Marketing Numérique"

Le corps enseignant de ce programme comprend des professionnels du secteur qui apportent à cette formation leur expérience professionnelle ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel d'apprendre de manière située et contextuelle, c'est-à-dire dans un environnement simulé qui fournira une formation immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes. Ainsi l'étudiant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui lui seront présentées tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

En seulement 6 mois, vous serez en mesure d'élaborer un plan de Marketing Pharma Biotech et vous verrez son impact sur l'industrie pharmaceutique et biotechnologique.

La méthodologie de Relearning de TECH vous permettra de profiter des contenus didactiques selon votre propre rythme d'étude afin d'optimiser votre processus de mise à jour.



02 Objectifs

Ce Certificat Avancé a pour objectif de fournir aux docteurs les connaissances les plus récentes dans le domaine du Marketing Numérique en Pharma Biotech. Cet apprentissage sera également réalisé grâce à du matériel pédagogique multimédia innovant dans des formats tels que la vidéo ou le résumé interactif, garantissant ainsi une étude dynamique et efficace.





“

Un diplôme qui vous aidera à créer de la valeur dans votre entreprise et à maximiser ses performances sur le marché pharmaceutique concurrentiel”



Objectifs généraux

- ◆ Acquérir des connaissances sur l'histoire de la Gestion stratégique
- ◆ Classer les différentes définitions au fil du temps
- ◆ Évaluer l'efficacité financière
- ◆ Optimiser la gestion du fonds de roulement
- ◆ Comprendre les différents types de systèmes de soins de santé, tels que le système public, privé, d'assurance privée et de soins contractuels
- ◆ Évaluer les besoins non satisfaits des patients et la gestion de la chronicité
- ◆ Comprendre ce qu'est l'Accès au Marché et comment le besoin de cette fonction se fait sentir dans l'industrie pharmaceutique
- ◆ Comprendre la structure, l'organisation et les fonctions du Système National de Santé
- ◆ Approfondir les étapes à suivre pour planifier l'accès au marché d'un nouveau médicament
- ◆ Passer en revue les points qui doivent être analysés dans une phase préalable à l'élaboration du plan d'accès afin de comprendre l'environnement et les concurrents
- ◆ Comprendre les capacités et l'éthique du Coach
- ◆ Comprendre l'essence du Coaching et son orientation vers l'apprentissage
- ◆ Acquérir une connaissance de base des concepts fondamentaux du leadership et de leur application dans l'industrie pharmaceutique
- ◆ Comprendre et classer les théories du leadership, en explorant le processus de leadership et les différents styles et modèles existants
- ◆ Obtenir un outil efficace pour obtenir des résultats
- ◆ Définir des propositions de valeur uniques et différenciées





Objectifs spécifiques

Module 1. Marketing en Pharma Biotech

- ♦ Comprendre l'utilité de la segmentation du marché et les niveaux d'approximation
- ♦ Faire la différence entre les marchés de consommateurs finaux et la segmentation basée sur les caractéristiques
- ♦ Élaborer des stratégies de marketing en fonction de la segmentation effectuée
- ♦ Comprendre l'importance du prépositionnement afin d'obtenir un avantage concurrentiel
- ♦ Élaborer des stratégies de différenciation et de positionnement pour atteindre les objectifs de l'entreprise
- ♦ Comprendre la pertinence de l'information et des ressources dans la sphère commerciale
- ♦ Connaître les sources d'information et les techniques d'études de marché
- ♦ Utiliser les outils de conception d'enquêtes et d'analyse de données

Module 2. Le Business Plan sur le Territoire

- ♦ Obtenir un outil efficace pour obtenir des résultats
- ♦ Définir des propositions de valeur uniques et différenciées
- ♦ Fournir des solutions réelles à vos clients
- ♦ Fixer les objectifs et les moyens de les atteindre
- ♦ Obtenir toutes les informations nécessaires pour définir un plan
- ♦ Réaliser une croissance des ventes
- ♦ Ouvrir de nouveaux marchés
- ♦ Comprendre le fonctionnement de notre marché et vous donner les outils pour y faire face
- ♦ Rechercher et satisfaire les besoins des clients
- ♦ Évaluer la concurrence

Module 3. Gestion Stratégique dans l'Industrie Pharmaceutique et Biotechnologique

- ♦ Acquérir des connaissances sur l'histoire de la Gestion stratégique
- ♦ Classer les différentes définitions au fil du temps
- ♦ Approfondir les niveaux de gestion stratégique
- ♦ Comprendre les 6 types de création de valeur dans l'entreprise, en utilisant des exemples du secteur
- ♦ Evaluer la performance de l'entreprise
- ♦ Analyser l'environnement VUCA
- ♦ Appliquer l'analyse PESTEL et l'analyse des 5 forces de Porter
- ♦ Effectuer une analyse SWOT
- ♦ Effectuer une analyse de la Chaîne de Valeur
- ♦ Analyser les ressources et les compétences de l'entreprise



Vous définirez les stratégies d'entrée sur le marché et les clés pour établir des alliances stratégiques fructueuses dans l'environnement numérique"

03

Direction de la formation

Ce Certificat Avancé est dirigé et enseigné par d'excellents experts ayant une vaste expérience dans le secteur *Pharma Biotech*, qui appliqueront toutes leurs connaissances au matériel pédagogique du programme. Par conséquent, toutes les compétences que les étudiants acquerront tout au long de ce diplôme auront une grande applicabilité dans la pratique, ce qui garantit la haute qualité éducative du programme.





“

Ce corps enseignant est composé de professionnels ayant occupé divers postes prestigieux dans l'industrie Pharma Biotech"

Direction



M. Cardenal Otero, César

- ♦ Cadre Pharmaco-médical chez Amgen
- ♦ Auteur du livre " Communication de la Marque Personnelle à travers les Médias Sociaux par les Professionnels de la Santé "
- ♦ Licence en Marketing de l'Université Prifysgol Cymru, Pays de Galles
- ♦ Distinction dans le cours "Inspiring Leadership through Emotional Intelligence" à la Case Western Reserve University
- ♦ Diplôme de Troisième Cycle en Gestion et Santé de l'Industrie Pharmaceutique de l'Université Européenne
- ♦ Master en Gestion des PME de l'École Polytechnique de Gestion
- ♦ Spécialisation en Marketing des Médias Sociaux à la Northwestern University
- ♦ Diplôme en Commerce International et Transport de l'Université de Cantabrie
- ♦ Diplôme en Etudes Commerciales de l'Université de Cantabrie

Professeurs

M. Rojas Palacio, Fernando

- ♦ Fondateur et PDG de Navandu Technologies
- ♦ Fondateur du Cabinet de Conseil international Brigital Health
- ♦ Expert en Big Data et en Analyse des Réseaux Sociaux du MIT
- ♦ Programme de Gestion d'Entreprise Senior de l'Instituto de Empresa et de la Chicago Booth School of Business
- ♦ Maîtrise en Ingénierie des Télécommunications de l'Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Professeur associé dans des programmes académiques dans sa spécialité

M. Ribas Guardiá, Xavi

- ♦ Chef de Produit chez Amgen
- ♦ Pharmacien en Pharma et Biotech
- ♦ Spécialiste Produit chez Celgene
- ♦ Diplômé en Pharmacie de l'Université de Barcelone
- ♦ Diplôme de Troisième Cycle en Gestion et Santé de l'Industrie Pharmaceutique de l'Université Européenne
- ♦ Cours Universitaire en Administration, Organisation et Gestion des Services de Santé à l'Université Européenne

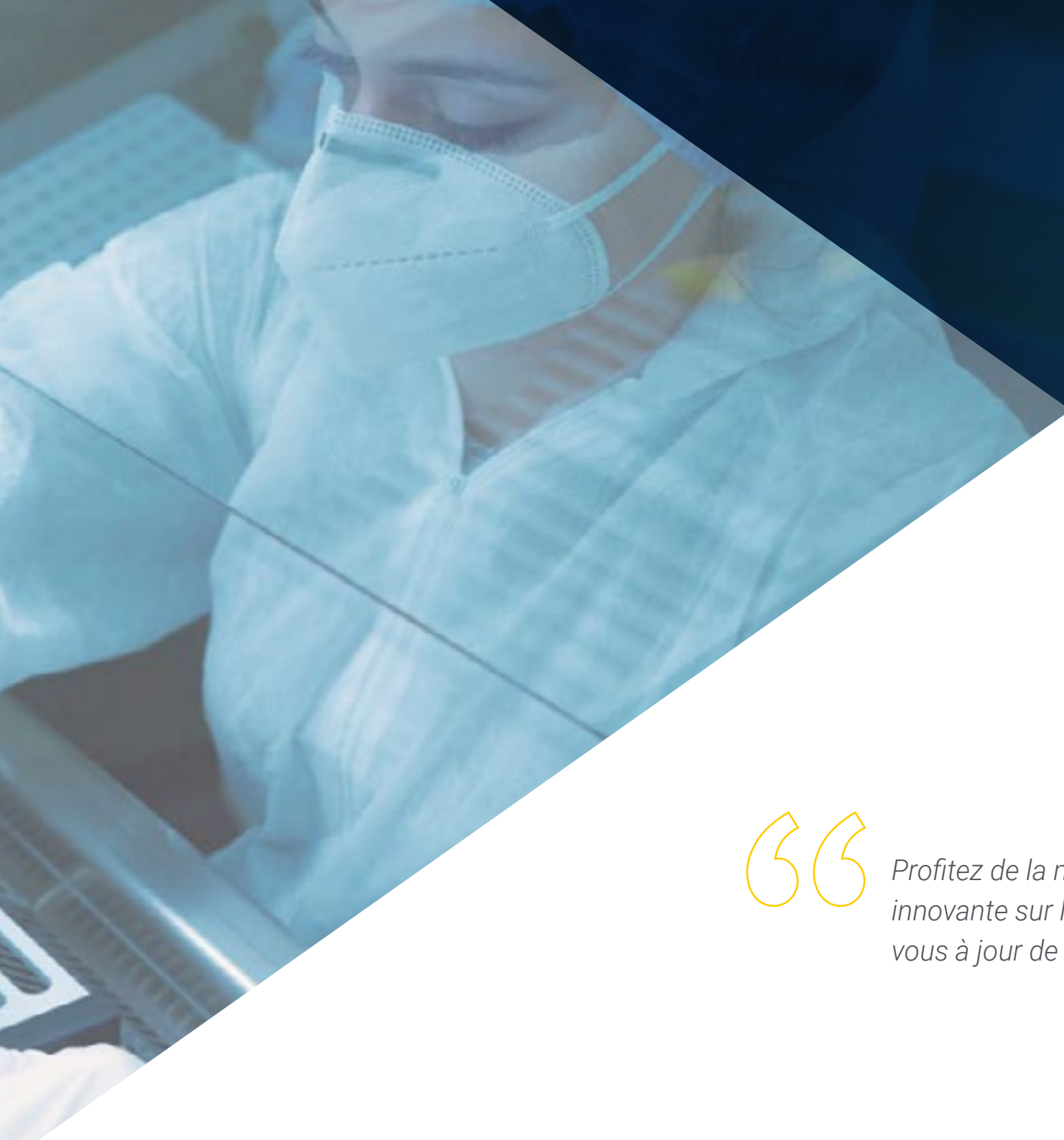


04

Structure et contenu

Ce Certificat Avancé a mis en place un contenu exclusif, où les fondamentaux et les applications du marketing dans le domaine pharmaceutique seront explorés en profondeur, des bases aux dernières tendances. Les étudiants seront également dotés des compétences et des connaissances essentielles pour concevoir et mettre en œuvre des stratégies de marketing très efficaces dans ce secteur hautement concurrentiel. Tout cela, 100 % en ligne et sans quitter votre domicile.





“

Profitez de la méthodologie éducative la plus innovante sur la scène éducative et mettez-vous à jour de manière solvable"

Module 1. Marketing en Pharma Biotech

- 1.1. Omnicanal, impacts et *engagement*
 - 1.1.1. Marketing d'impact
 - 1.1.2. Canaux généralistes et réseaux sociaux
 - 1.1.3. Community Management
 - 1.1.4. *E-detailing* et CRM dans l'environnement numérique
 - 1.1.5. Publicité programmée
 - 1.1.6. Analyse et indicateurs commerciaux
- 1.2. Segmentation, positionnement et ciblage
 - 1.2.1. Segmentation
 - 1.2.2. La carte de positionnement
 - 1.2.3. Le ciblage
 - 1.2.4. Conclusion
- 1.3. Investigation du marché
 - 1.3.1. Le Système de Marketing
 - 1.3.2. La Collecte d'Informations
 - 1.3.3. Le Processus de Recherche
 - 1.3.4. Conclusions
- 1.4. Gestion de la Marque en Neuromarketing
 - 1.4.1. Le Branding
 - 1.4.2. Types de Branding
 - 1.4.3. Le Neuromarketing et son application dans l'industrie Pharmaceutique
 - 1.4.4. Conclusions
- 1.5. Plan de Marketing Numérique
 - 1.5.1. Intégrer le Marketing Numérique dans la Stratégie Globale de Marketing
 - 1.5.2. Le Community Manager
 - 1.5.3. Plan de Marketing Numérique
 - 1.5.4. Public cible



- 1.6. Le Commerce Electronique
 - 1.6.1. L'entonnoir de conversion
 - 1.6.2. Promotion du Commerce Electronique
 - 1.6.3. Métriques
 - 1.6.4. Plateformes du e-commerce
- 1.7. Stratégies numériques
 - 1.7.1. Stratégies de communication des les médias sociaux La co-création de contenu
 - 1.7.2. Marketing de contenu et influenceurs
 - 1.7.3. Marketing numérique pour soutenir le leadership de l'aire thérapeutique
 - 1.7.4. Association de patients
- 1.8. Conception de programmes numériques
 - 1.8.1. Définition des objectifs
 - 1.8.2. Programmes visant à soutenir les stratégies de marque : *disease awareness, switching y engagement*
 - 1.8.3. Marketing numérique et réseau de vente
 - 1.8.4. Cible
- 1.9. Analyse des données et Intelligence Artificielle
 - 1.9.1. Applications du big data dans l'industrie pharmaceutique
 - 1.9.2. Outils d'intelligence artificielle pour aider au diagnostic
 - 1.9.3. Outils d'intelligence artificielle pour soutenir la gestion des patients
 - 1.9.4. Derniers développements
- 1.10. Autres technologies
 - 1.10.1. Registres électroniques et collecte d'informations
 - 1.10.2. Web 3 et nouvelles tendances de l'économie des tokens Impact sur l'industrie pharmaceutique
 - 1.10.3. Réalité virtuelle, augmentée et mixte
 - 1.10.4. Métaverse



Module 2. Le Business Plan sur le Territoire

- 2.1. Les plans d'entreprise
 - 2.1.1. Qu'est-ce qu'un plan d'entreprise ?
 - 2.1.2. Finalité et objectifs des plans d'entreprise
 - 2.1.3. Pourquoi il est important d'élaborer un plan d'entreprise
 - 2.1.4. Quand établir un plan d'entreprise ?
- 2.2. Contexte de l'industrie pharmaceutique
 - 2.2.1. Situation structurelle de l'industrie pharmaceutique
 - 2.2.2. Personnes et services clés dans l'élaboration d'un plan d'action :
 - 2.2.3. Direction générale
 - 2.2.3.1. Direction des Ventes
 - 2.2.3.2. Direction du Marketing
 - 2.2.3.3. Département Médical
 - 2.2.3.4. Département Financier
 - 2.2.3.5. Département de la Réglementation
 - 2.2.4. Défis actuels de l'industrie pharmaceutique
- 2.3. Étapes de la définition d'un plan d'entreprise
 - 2.3.1. Définir l'objectif
 - 2.3.2. Description du produit : caractéristiques principales
 - 2.3.3. Les informations nécessaires pour élaborer un plan
 - 2.3.4. Alignement sur la stratégie
 - 2.3.5. Définir les *timings*
 - 2.3.6. Définir les ressources
 - 2.3.7. Établissement des résultats
- 2.4. Plan d'entreprise et de marketing
 - 2.4.1. Ressources commerciales pour établir un plan
 - 2.4.2. Choix du plan en fonction de notre objectif
 - 2.4.3. Stratégie marketing : alignement
 - 2.4.4. Les ressources marketing comme levier
- 2.5. L'analyse de la clientèle
 - 2.5.1. Gestion de la relation client
 - 2.5.2. Identification des besoins des clients
 - 2.5.3. Communication avec les clients
 - 2.5.4. Conclusions
- 2.6. Analyse de la concurrence
 - 2.6.1. La segmentation du marché
 - 2.6.2. Analyse concurrentielle de votre produit
 - 2.6.3. Stratégies commerciales vis-à-vis de la concurrence
 - 2.6.4. Plans d'expansion
 - 2.6.5. Les plans de défense
- 2.7. Analyse économique du plan d'entreprise
 - 2.7.1. Estimation des coûts et des objectifs
 - 2.7.2. Sources et stratégies d'investissement
 - 2.7.3. Analyse des Risque financiers
 - 2.7.4. Évaluation du retour sur investissement
- 2.8. Mise en œuvre et suivi du plan d'entreprise
 - 2.8.1. Agenda du plan d'entreprise
 - 2.8.2. Suivi du processus et mécanismes de révision en fonction de l'évolution de la situation
 - 2.8.3. KPI : indicateurs de performance objectifs
 - 2.8.4. Conclusions
- 2.9. Analyse finale du plan d'entreprise
 - 2.9.1. Respect des délais
 - 2.9.2. Analyse des résultats
 - 2.9.3. Analyse du budget
- 2.10. Plan marketing pharma-biotech
 - 2.10.1. Analyse du marché
 - 2.10.2. Concurrence
 - 2.10.3. Public cible
 - 2.10.4. Positionnement de la marque

Module 3. Gestion Stratégique dans l'Industrie Pharmaceutique et Biotechnologique

- 3.1. Stratégies d'entrée sur le marché
 - 3.1.1. L'étude de marché
 - 3.1.2. Partenaires stratégiques
 - 3.1.3. Stratégies les plus utilisées
 - 3.1.4. Suivi et adaptation
- 3.2. Gestion Stratégique dans l'Entreprise Pharmaceutique
 - 3.2.1. Les niveaux de gestion stratégique
 - 3.2.2. Innovation
 - 3.2.3. Portefeuille
 - 3.2.4. Acquisitions
- 3.3. Création de Valeur en Entreprise
 - 3.3.1. Les 6 types de création de valeur dans l'entreprise
 - 3.3.2. Performance dans l'entreprise
 - 3.3.3. Exemples du secteur
 - 3.3.4. Conclusions
- 3.4. L'environnement de l'entreprise Pharmaceutique et Biotechnologique
 - 3.4.1. L'environnement VUCA
 - 3.4.2. Analyse PESTEL
 - 3.4.3. Analyse des 5 forces de Porter
 - 3.4.4. Analyse SWOT
- 3.5. Analyse interne
 - 3.5.1. Analyse de la Chaîne de Valeur
 - 3.5.2. Analyse du Ressources et de la Compétences
 - 3.5.3. Analyse VRIO
 - 3.5.4. Conclusions
- 3.6. Stratégies des Unités Stratégiques d'Affaires
 - 3.6.1. Les Unités Stratégiques d'Affaires
 - 3.6.2. L'Avantage Concurrentiel
 - 3.6.3. Types de Stratégies en Fonction de l'Avantage Compétitif
 - 3.6.4. Conclusions
- 3.7. Stratégie d'Entreprise et Diversification
 - 3.7.1. Stratégie de l'Entreprise
 - 3.7.2. Stratégie du Portefeuille d'Activités
 - 3.7.3. Stratégie de Croissance
 - 3.7.4. Stratégies les plus utilisées
- 3.8. Stratégie d'internationalisation
 - 3.8.1. Stratégie Internationale d'une Entreprise
 - 3.8.2. La Mondialisation de l'Économie
 - 3.8.3. Les risques de l'Internationalisation
 - 3.8.4. Avantages de l'internationalisation
- 3.9. Alliances Stratégiques, Rachats et Fusions
 - 3.9.1. Stratégie de Croissance Externe vs. Interne
 - 3.9.2. Alliances dans l'Industrie Pharmaceutique
 - 3.9.3. Fusions Sectorielles
 - 3.9.4. Acquisitions sectorielles
- 3.10. Éthique et responsabilité Sociale des Entreprises
 - 3.10.1. Éthique des Affaires
 - 3.10.2. Durabilité Environnementale
 - 3.10.3. Responsabilité sociale
 - 3.10.4. Écologie durable



Avec TECH, vous réaliserez une analyse économique du plan d'affaires et identifierez les aspects clés qui mèneront votre entreprise au succès"

05

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas cliniques simulés, basés sur des patients réels, dans lesquels vous devrez enquêter, établir des hypothèses et finalement résoudre la situation. Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'efficacité de cette méthode. Les spécialistes apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement dans le temps.

Avec TECH, vous ferez l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui révolutionne les fondements des universités traditionnelles du monde entier.



Selon le Dr Gérvas, le cas clinique est la présentation commentée d'un patient, ou d'un groupe de patients, qui devient un "cas", un exemple ou un modèle illustrant une composante clinique particulière, soit en raison de son pouvoir pédagogique, soit en raison de sa singularité ou de sa rareté. Il est essentiel que le cas soit ancré dans la vie professionnelle actuelle, en essayant de recréer les conditions réelles de la pratique professionnelle du médecin.

“

Saviez-vous que cette méthode a été développée en 1912 à Harvard pour les étudiants en Droit? La méthode des cas consiste à présenter aux apprenants des situations réelles complexes pour qu'ils s'entraînent à prendre des décisions et pour qu'ils soient capables de justifier la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre réalisations clés:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. Grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité, on obtient une assimilation plus simple et plus efficace des idées et des concepts.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort fourni devient un stimulus très important pour l'étudiant, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps consacré à travailler les cours.



Relearning Methodology

TECH renforce l'utilisation de la méthode des cas avec la meilleure méthodologie d'enseignement 100% en ligne du moment: Relearning.

Cette université est la première au monde à combiner des études de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque leçon, ce qui constitue une véritable révolution par rapport à la simple étude et analyse de cas.

Le professionnel apprendra à travers des cas réels et la résolution de situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe qui facilitent l'apprentissage immersif.



À la pointe de la pédagogie mondiale, la méthode Relearning a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels qui terminent leurs études, par rapport aux indicateurs de qualité de la meilleure université en (Columbia University).

Grâce à cette méthodologie, nous, formation plus de 250.000 médecins avec un succès sans précédent dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Notre méthodologie d'enseignement est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique.

Selon les normes internationales les plus élevées, la note globale de notre système d'apprentissage est de 8,01.



Dans ce programme, vous aurez accès aux meilleurs supports pédagogiques élaborés spécialement pour vous:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH online. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Techniques et procédures chirurgicales en vidéo

TECH rapproche les étudiants des dernières techniques, des dernières avancées pédagogiques et de l'avant-garde des techniques médicales actuelles. Tout cela, à la première personne, expliqué et détaillé rigoureusement pour atteindre une compréhension complète et une assimilation optimale. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



Résumés interactifs

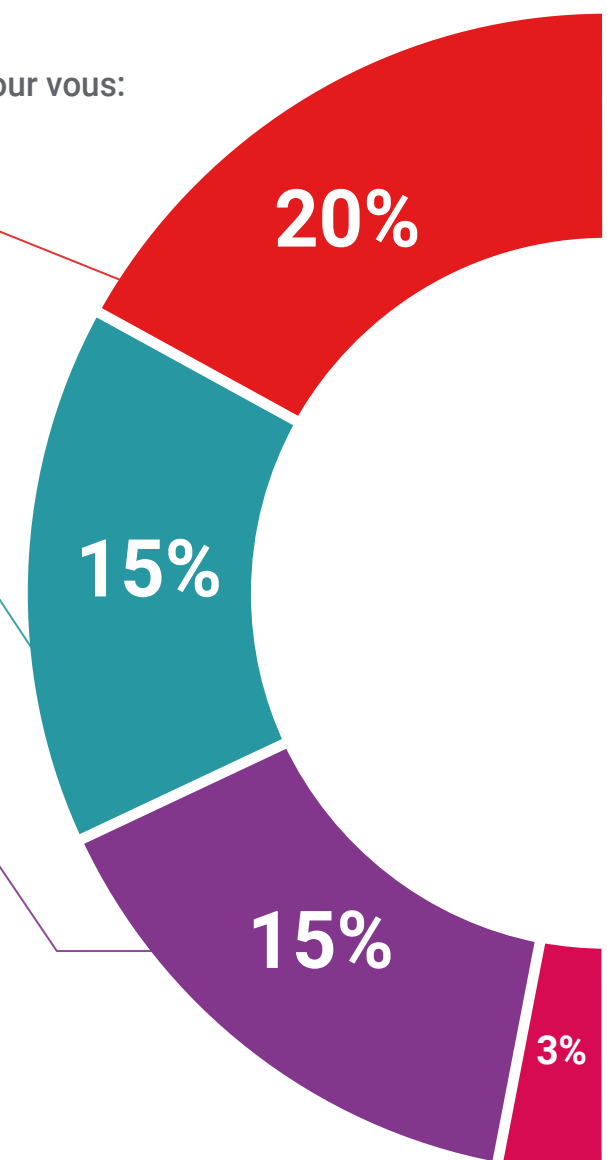
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

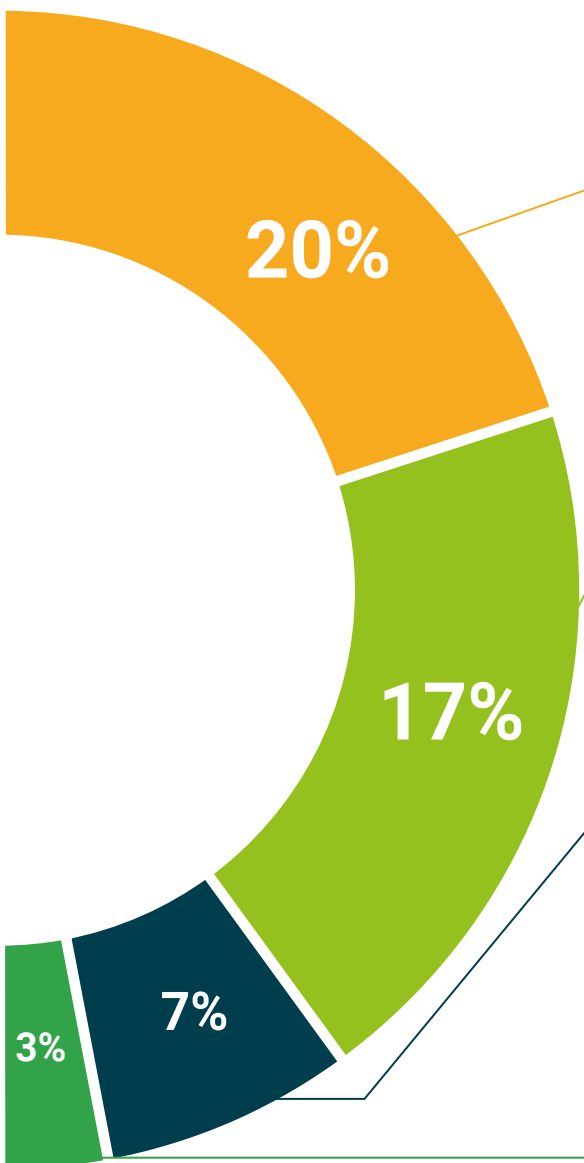
Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Études de cas dirigées par des experts

Un apprentissage efficace doit nécessairement être contextuel. Pour cette raison, TECH présente le développement de cas réels dans lesquels l'expert guidera l'étudiant à travers le développement de la prise en charge et la résolution de différentes situations: une manière claire et directe d'atteindre le plus haut degré de compréhension.



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Guides d'action rapide

À TECH nous vous proposons les contenus les plus pertinents du cours sous forme de feuilles de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Marketing Numérique en Pharma Biotech garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par la TECH Université Technologique.



“

Réussissez ce programme et recevez votre diplôme sans déplacements ni formalités administratives”

Ce **Certificat Avancé en Marketing Numérique en Pharma Biotech** contient le programme scientifique le plus complet et le mieux adapté du marché actuel.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la qualification obtenue dans le Certificat Avancé et répondra aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Marketing Numérique en Pharma Biotech**

Heures Officielles: **450 h.**



future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé
Marketing Numérique en
Pharma Biotech

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Marketing Numérique en Pharma Biotech