

Experto Universitario

Marketing Digital
en Pharma Biotech



tech
universidad





Experto Universitario Marketing Digital en Pharma Biotech

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

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



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 el ámbito farmacéutico y biotecnológico se ha transformado en una herramienta esencial para las compañías de esta industria. Así, las estrategias de mercadotecnia en la red son indispensables para dar a conocer los nuevos productos y servicios entre los potenciales consumidores. Es por esta razón que el médico debe mantenerse actualizado en un campo vital y cada vez más desarrollado en el sector *Pharma Biotech*. Ante esta necesidad, TECH ha elaborado este programa, que otorga al especialista las avanzadas técnicas de investigación de clientes o de posicionamiento de la marca en internet. Además, esta experiencia académica es 100% online, por lo que no estará obligado a renunciar a sus quehaceres personales y profesionales diarios.



“

*Adquiere las mejores técnicas para
perfeccionar la imagen de marca
de una empresa Pharma Biotech”*

El Marketing Digital en Pharma Biotech es de vital importancia debido a su capacidad para alcanzar de forma rápida, precisa y personalizada a un público objetivo específico. Esto permite a las empresas biofarmacéuticas aumentar su visibilidad, fortalecer su marca y promover sus productos de manera eficiente en un entorno altamente competitivo. Además, ofrece diversas herramientas y estrategias que posibilitan el análisis de datos y el seguimiento del rendimiento de las campañas, lo que facilita la toma de decisiones basadas en resultados tangibles. Por tanto, el médico que desee contribuir al éxito de una compañía *Pharma Biotech* está en la obligación de disponer de actualizados conocimientos en este campo.

Ante tal coyuntura, TECH ha centrado sus esfuerzos en crear esta titulación, por medio de la que el alumno completará una excelente puesta al día en Marketing Digital aplicable a la industria biofarmacéutica. Durante 6 meses de intensivo estudio, profundizará en las actualizadas estrategias de segmentación de las audiencias o en los métodos para diseñar un plan de mercadotecnia en la red. De igual forma, ahondará en los procedimientos requeridos para desarrollar un *Business Plan*.

Gracias a que este Experto Universitario se imparte en un formato 100% en línea, el médico podrá completar su actualización sin la necesidad de realizar incómodos desplazamientos hacia un centro de estudio. Además, disfrutará de una amplia biblioteca virtual de recursos educativos, como lecturas especializadas, resúmenes interactivos o vídeos explicativos. De este modo, podrá elegir aquellos formatos que mejor se adapten a sus preferencias académicas.

Este **Experto Universitario en Marketing Digital en Pharma Biotech** 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



Disfruta de una experiencia académica diseñada por excelentes expertos en el área Pharma Biotech”

“

Conoce las actualizadas técnicas de segmentación de las audiencias para optimizar la estrategia de Marketing Digital”

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.

En tan solo 6 meses podrás elaborar un Plan de Marketing Pharma Biotech y notarás su impacto en la industria farmacéutica y biotecnológica.

La metodología Relearning de TECH te permitirá disfrutar de los contenidos didácticos en base a tu propio ritmo de estudio para optimizar tu proceso de actualización.



02 Objetivos

Este Experto Universitario tiene como objetivo brindar al médico los conocimientos más actualizados en el campo del Marketing Digital en Pharma Biotech. Dicho aprendizaje, además, se llevará a cabo a través de innovadores materiales didácticos multimedia presentes en formatos como el vídeo o el resumen interactivo, garantizando un estudio dinámico y efectivo.





“

*Una titulación con la que ahondarás
en la creación de valor en tu empresa
y maximizarás su rendimiento en el
competitivo mercado farmacéutico”*



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 cómo alcanzarlos
- ♦ Obtener toda la información necesaria para definir un plan
- ♦ Conseguir crecimientos de ventas
- ♦ Conseguir abrir nuevos mercados
- ♦ Comprender cómo funciona nuestro mercado y dar herramientas para enfrentarnos a él
- ♦ 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



Definirás las estrategias de entrada al mercado y las claves para establecer alianzas estratégicas exitosas en el entorno digital

03

Dirección del curso

Este Experto Universitario es dirigido e impartido por excelentes expertos con una dilatada trayectoria en el sector *Pharma Biotech*, quienes volcarán todos sus conocimientos en los materiales didácticos del programa. Por tanto, todas las capacidades que adquirirá el alumno a lo largo de esta titulación dispondrán de una gran aplicabilidad en la práctica, lo que garantiza la elevada calidad educativa del programa.





“

Este cuadro docente está conformado por profesionales que han ejercido diversos puestos de trabajo de prestigio en la industria Pharma 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 through 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

D. Rojas Palacio, Fernando

- ♦ Fundador y CEO de Navandu Technologies
- ♦ Fundador de la consultora internacional Brigital 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

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



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

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

04

Estructura y contenido

Este programa ha reunido un contenido exclusivo, donde se explorarán en profundidad los fundamentos y aplicaciones del Marketing en el ámbito farmacéutico, abarcando desde los conceptos básicos hasta las últimas tendencias. Asimismo, se dotará a los alumnos de las habilidades y los conocimientos indispensables para diseñar e implementar estrategias de mercadotecnia altamente efectivas en esta industria tan competitiva. Todo esto, de modo 100% online y sin desplazarse de su hogar.



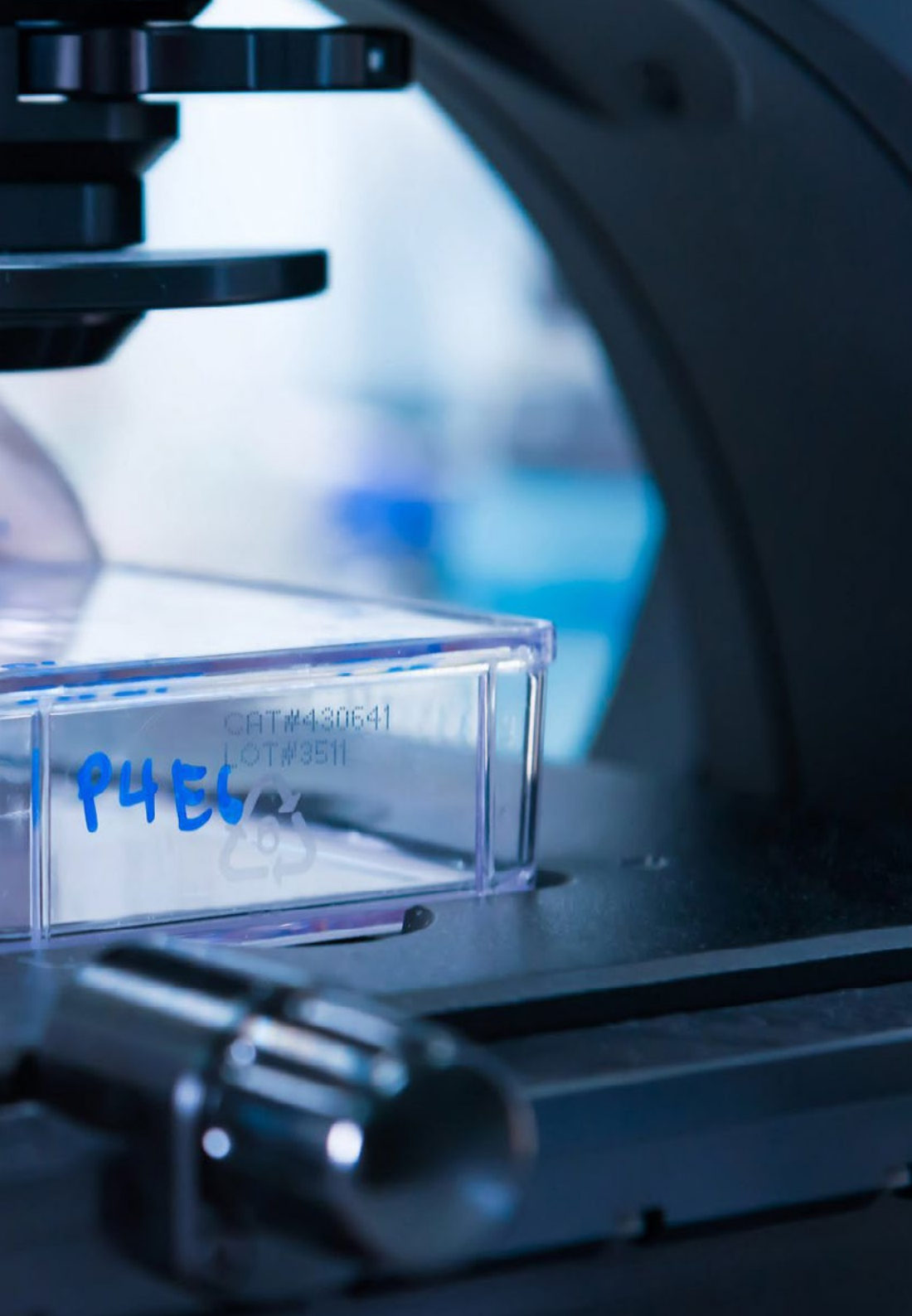
“

*Goza de la metodología educativa
más innovadora del panorama educativo
y actualízate de forma solvente”*

Módulo 1. Marketing en Pharma Biotech

- 1.1. Omnicanalidad, impactos y *engagement*
 - 1.1.1. Marketing de impacto
 - 1.1.2. Canales generalistas y redes sociales
 - 1.1.3. Community Management
 - 1.1.4. *E-detailing* y CRM en el entorno digital
 - 1.1.5. Publicidad programática
 - 1.1.6. 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
 - 2.9.1. Cumplimiento de plazos
 - 2.9.2. Análisis de resultados
 - 2.9.3. 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



Con TECH, realizarás un análisis económico del plan de negocio e identificarás los aspectos clave para llevar al éxito a tu empresa”

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 intensivo 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

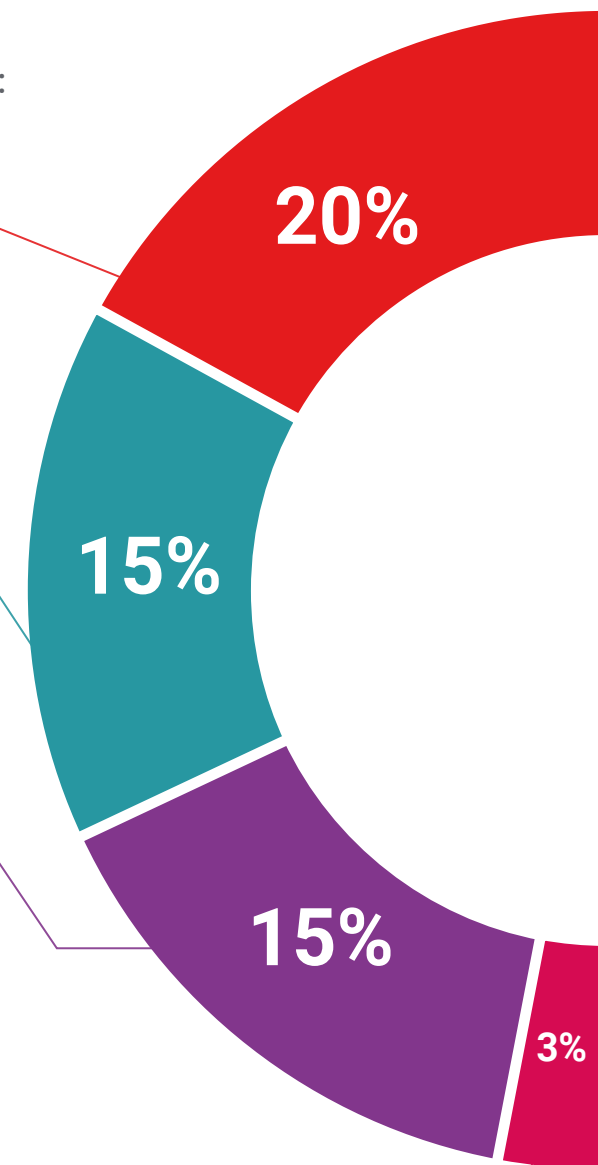
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

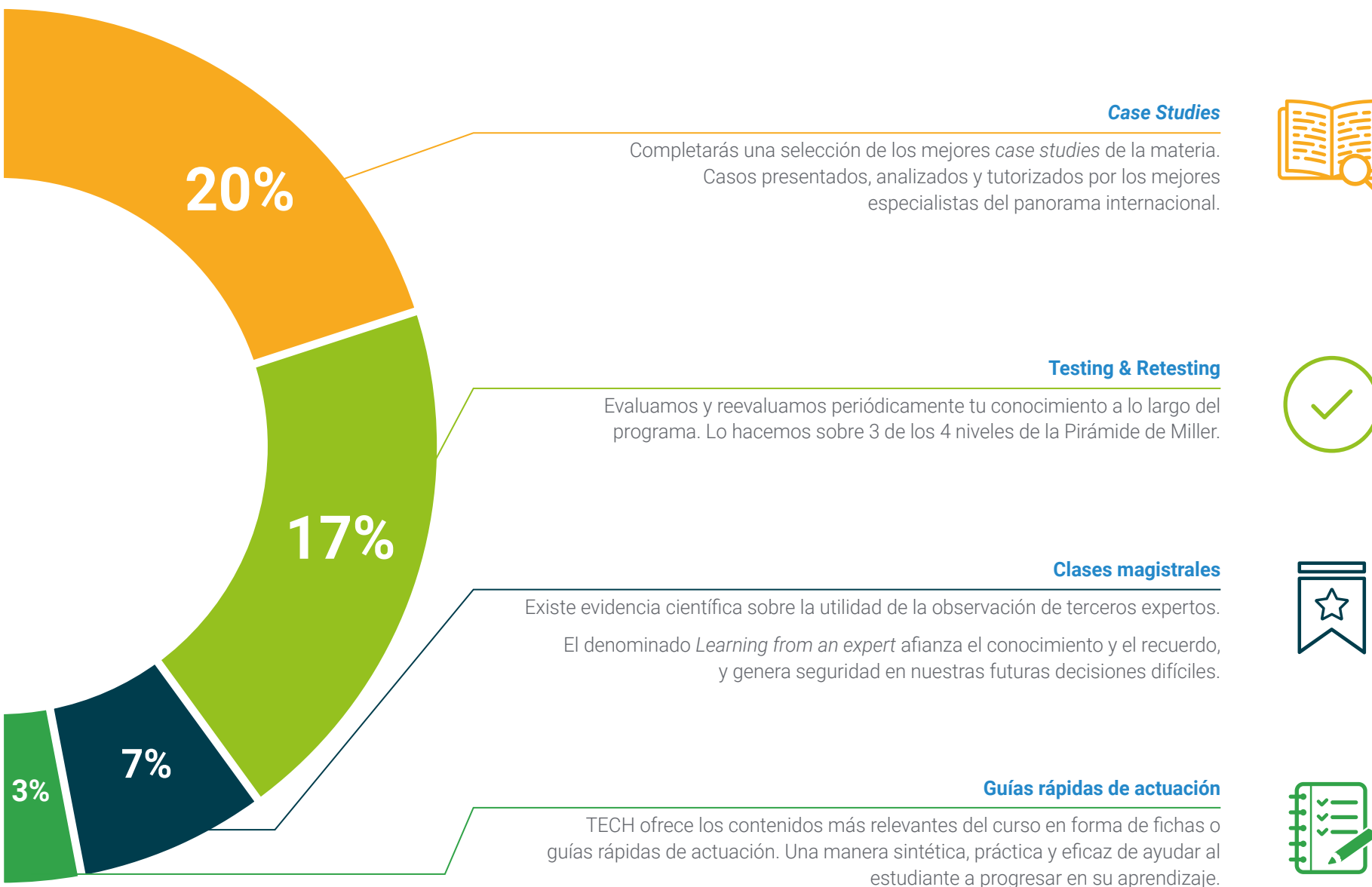
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





06

Titulación

El Experto Universitario en Marketing Digital en Pharma Biotech 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** 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**.

El 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

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

- » 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