

校级硕士

制药生物技术管理 MBA



校级硕士 医药生物技术管理 MBA

- » 模式: 在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH global university
- » 认证: ECTS 60
- » 课程表: 自由安排时间
- » 考试模式: 在线

网页链接: www.techtitute.com/cn/medicine/professional-master-degree/master-mba-pharma-biotech-business-management

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

能力

14

04

课程管理

18

05

结构和内容

24

06

方法

36

07

学位

44

01 介绍

由于制药和生物技术行业的规范性和高度竞争性，制药和生物技术领域的业务管理面临着独特的挑战。科学知识的不断进步、技术的不断创新和法规的不断变化，促使该行业的主要参与者必须与时俱进。因此，TECH 设立了这一学位，为博士提供这些领域的前沿理念，以及组织和财务方面的高技能，以优化公司管理。此外，该课程采用 100% 在线教学模式，有利于学生根据个人和专业需要进行学习。





“

这个校级硕士将使你在制定商业计划时，
将最新的理念融入到你的专业实践中”

医药生物技术 管理在医疗领域发挥着重要作用,为制药和生物技术行业的公司提供有效和高效的战略管理。它的重要性在于能够在高度规范和竞争激烈的环境中指导和做出明智的决策。通过这种方式,它促进了新药和创新疗法的研发,进而推动了医学的进步,提高了人们的生活质量。要开展所有这些行动,这些公司的高层管理人员必须具备高超的组织技能和尖端的临床专业知识。

有鉴于此,TECH 创建了这一硕士学位,为医生提供 医药生物技术业务管理领域的最新知识。在为期 12 个月的强化学习中,学生将了解制药和生物技术行业环境和竞争分析的前沿战略以及预算规划方法。你还将学习如何为该行业的公司制定商业计划。

所有这些都将在医生无需放弃通常的个人和职业责任的情况下实现,因为该课程是以创新的 100% 在线形式提供的。同样,它还将在虚拟图书馆中托管多媒体资料,只需一台能连接互联网的设备,就能随时随地访问这些资料。此外,所提供的多种多媒体形式将为教学保留一种愉快的、个性化的和解决问题的方法。

这个**医药生物技术管理 MBA 校级硕士**包含了市场上最完整和最新的科学课程。主要特点是:

- 由医药生物技术专家介绍案例研究的发展情况
- 这个课程的内容图文并茂、示意性强、实用性强为那些视专业实践至关重要的学科提供了科学和实用的信息
- 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- 其特别强调创新方法
- 理论课、向专家提问、关于有争议问题的讨论区和这个反思性论文
- 可从任何连接互联网的固定或便携设备上访问内容



通过这个学位,你将深入了解领导制药行业团队的最前沿战略"

“

通过 100% 在线模式, 你可以随时随地学习进修课程”

通过这一健康领域顶尖专家的专业经验, 了解生物技术公司管理的最新情况。

通过本专业的学习, 你将深入了解将新药引入市场的最先进策略。

这个课程的教学人员包括来自这个行业的专业人士, 他们将自己的工作经验带到了这一培训中, 还有来自领先公司和著名大学的公认专家。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的, 将允许专业人员进行情景式学习, 即一个模拟的环境, 提供一个身临其境的培训, 为真实情况进行培训。

这个课程的设计重点是基于问题的学习, 通过这种方式, 专业人员必须尝试解决整个课程中出现的不同专业实践情况。为此, 你将获得由知名专家制作的新型交互式视频系统的帮助。



02 目标

该学位旨在为医生提供工具，使他们能够获得在制药和生物技术管理领域取得成功所需的知识和技能。这样，它就能在药物勘探和开发或药物生产和制造等重要领域发挥关键作用。





“

你将在日常工作中采用最新的数字健康管理知识”



总体目标

- ◆ 评估财务效率
- ◆ 了解什么是市场准入，以及制药行业如何产生对这一功能的需求
- ◆ 了解国家卫生系统的结构、组织和功能
- ◆ 加深对新药市场准入规划步骤的理解
- ◆ 审查准入计划开发前阶段的分析要点，以了解环境和竞争对手
- ◆ 了解教练的能力和职业道德
- ◆ 了解教练的本质及其对学习的关注
- ◆ 掌握领导力基本概念及其在制药行业应用的基本知识
- ◆ 了解领导理论并对其进行分类，探索领导过程以及现有的不同风格和模式
- ◆ 实现成果的有效工具
- ◆ 确定独特和差异化的价值主张



通过该课程，你将学习到制药和生物技术行业的财务运作控制"





具体目标

模块1.制药生物科技行业的战略管理

- ◆ 了解战略管理的历史
- ◆ 对不同时期的不同定义进行分类
- ◆ 深化战略管理水平
- ◆ 以行业为例,了解公司创造价值的6种类型
- ◆ 评估公司绩效
- ◆ 分析 VUCA 环境
- ◆ 应用 PESTEL 分析和波特五力分析
- ◆ 进行 DAFO 分析
- ◆ 进行价值链分析
- ◆ 分析公司的资源和能力

模块2.医药生物技术市场营销

- ◆ 了解市场细分和近似程度的作用
- ◆ 区分终端消费者市场和基于特征的细分市场
- ◆ 根据细分制定营销战略
- ◆ 了解预先定位对竞争优势的重要性
- ◆ 制定差异化和定位战略,以实现业务目标
- ◆ 了解商业环境中信息和资源的相关性
- ◆ 了解市场调研的信息来源和技术
- ◆ 使用调查设计和数据分析工具

模块3.人力资源管理

- 优化周转资金管理
- 分析和管理财务风险
- 改进规划和预算编制
- 优化供应链
- 确保遵守法规

模块4."数字健康管理:卫生部门的技术创新"

- 了解不同类型的医疗系统,如公共医疗系统、私人/私营保险医疗系统和公私合营医疗系统
- 评估未满足的患者需求和慢性病管理
- 分析成本、有效性和安全性作为医疗保健决定因素的作用
- 了解专业人员与患者的关系以及双方的权利和义务
- 分析护理压力和支出管理在伦理原则方面的挑战
- 定义成为一名有效的职业经理人所需的技能和态度
- 探讨领导力与情绪氛围和工作冲突的管理
- 将记时作为有效的管理工具
- 分析医疗支出和成果,以及改进、创新和转型过程
- 评估指标、基准、临床指南、EDO、投诉和药物警戒在医疗质量中的应用

模块5.市场准入 (market access) (1)。组织与流程

- 了解什么是市场准入,以及制药行业如何产生对这一功能的需求
- 了解国家卫生系统的结构、组织和功能
- 描述新药的上市许可程序,并确定参与该程序的西班牙和欧洲卫生机构
- 分析国家和国际卫生技术评估机构
- 确定评估新药的机构、决策者和影响者
- 说明价格申请和报销流程
- 区分医院药品和街头药店配药的使用流程
- 熟悉传统和创新融资计划

- 熟悉西班牙医疗系统的药品政府采购流程
- 了解分配给接入部门的专业配置文件
- 分析市场准入专业人员与制药业其他部门的互动
- 回顾药品评估(多标准分析)和药品采购的最新趋势

模块6.市场准入 (market access) (2)。工具和战略

- 加深对新药市场准入规划步骤的理解
- 审查准入计划开发前阶段的分析要点,以了解环境和竞争对手
- 了解和细分付款人
- 制定市场准入战略和计划,明确时间表和相关职责
- 知道如何管理向卫生当局申请医院药品和街头药店药品的方法
- 了解申请药物资助的要求:正式文件和补充文件
- 熟悉支持药物价值的文件和工具,这些文件和工具对于与卫生部门协商价格和报销以及随后的地区和地方准入至关重要
- 深入研究药品价值档案中包含的要素
- 确定药物的临床价值、患者的感知价值和经济价值
- 熟悉药物经济学的关键概念
- 深化药物的经济分析,区分部分经济评价和全面经济评价

模块7.医药生物技术的综合教练

- 了解教练的能力和职业道德
- 了解教练的本质及其对学习的关注
- 了解北美、欧洲人文主义和本体论教学的贡献
- 评估客户的现状、差距和目标
- 利用 "职业生活之轮" 等工具了解当前形势
- 确定个人和团队的目标、愿景和目的
- 探索 GROW、SMART 方法和 Merlin 方法等模式
- 使用曼陀罗等例子来想象团队的理想状态
- 了解心智模式及其在健康团队中的重要性
- 观察、区分和分析信念、判断、事实和观点

模块8.医务部

- ◆ 了解医疗部门的作用和目的
- ◆ 分析医疗部门的总体结构和组成团队
- ◆ 探索医疗部门的主要活动
- ◆ 与公司其他部门合作
- ◆ 探讨当前的挑战和趋势
- ◆ 了解临床试验的目的
- ◆ 分析临床试验的类型
- ◆ 探索临床试验的各个阶段
- ◆ 确定每个阶段的目标
- ◆ 规划和设计临床试验
- ◆ 了解临床试验的伦理和监管问题
- ◆ 深化样本选择和样本量
- ◆ 收集和分析数据
- ◆ 确定临床试验不同参与者的角色和责任
- ◆ 探索随机化和盲法类型
- ◆ 分析数据和解释结果
- ◆ 设计协议
- ◆ 制定知情同意书和患者信息表
- ◆ 了解临床试验监测的目的
- ◆ 确定临床试验监查员的责任和作用

模块9.医药行业的团队领导力

- ◆ 掌握领导力基本概念及其在制药行业应用的基本知识
- ◆ 了解领导理论并对其进行分类,探索领导过程以及现有的不同风格和模式
- ◆ 深化发展高效管理团队所需的领导技能
- ◆ 了解优化团队工作效率的组织和时间管理策略
- ◆ 学习如何为团队制定计划,设定清晰、可衡量的目标,并有效评估他们的表现
- ◆ 深化团队管理技能,包括激励、有效沟通和解决冲突
- ◆ 在评估各种选择和考虑不同因素的基础上,培养决策技能
- ◆ 学习管理团队内部冲突的谈判策略和技巧
- ◆ 运用所学知识,通过开发一个具体项目来实现共同目标

模块10.领土上的商业计划

- ◆ 实现成果的有效工具
- ◆ 确定独特和差异化的价值主张
- ◆ 为客户提供真正的解决方案
- ◆ 制定目标和如何实现目标
- ◆ 获取制定计划所需的所有信息
- ◆ 实现销售增长
- ◆ 开拓新市场
- ◆ 了解我们的市场是如何运作的,并提供面对市场的工具
- ◆ 研究和满足客户需求
- ◆ 评估能力

03 能力

这个课程将为医生提供获得关键技能的绝佳机会，使他们能够在制药和生物技术行业取得成功。完成本课程的专业人员将掌握最前沿的科学和技术知识，并对新药开发法规有透彻的了解。这样，他们就能做好准备，迎接挑战并利用这一不断扩大的行业的各种可能性。





“

通过医药生物技术市场营销的最新趋势, 将自己定位为最前沿的医生”



总体能力

- 了解商业道德的重要性
- 评估企业环境可持续性
- 评估道德规范的各个方面, 如医患关系、医疗质量、职业保密、科学异议、医生与医疗广告之间的关系
- 分析市场准入专业人员与制药业其他部门的互动
- 回顾药品评估(多标准分析)和药品采购的最新趋势
- 深化药物的经济分析, 区分部分经济评价和全面经济评价
- 了解行动计划的各个阶段: 伴随、监测和参与
- 与团队成员一起制定个人行动计划





具体能力

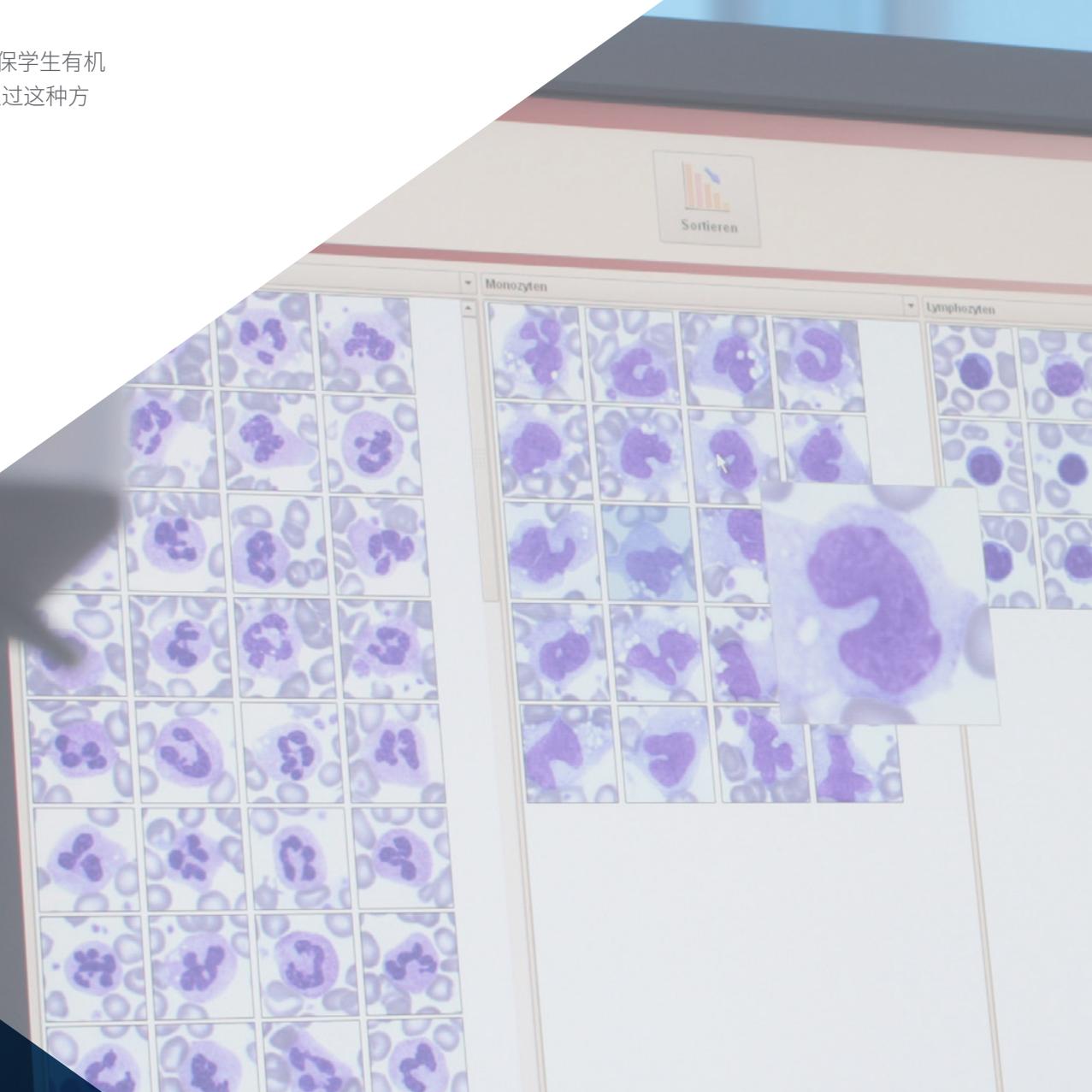
- 了解团队成员个人和职业发展的重要性及其对项目整体成功的影响
- 运用所学知识, 通过开发一个具体项目来实现共同目标
- 确定修订计划的战略
- 制定实现计划的客观指标

“

在短短 12 个月内, 更新和丰富你在综合辅导方面的技能, 并将其应用于制药生物技术行业”

04 课程管理

为了提供高质量的学习, TECH 为该课程招募了一支优秀的学术团队。这将确保学生有机会接受由在制药业、医学和商业领域拥有丰富经验的公认专家提供的教育。通过这种方式, 学员将获得卓越的资质, 激励他们在职业生涯中不断超越自我, 快速发展。





“

与该领域的专家一起了解医药生物技术战略管理的最新情况, 这些专家在该领域的领先机构中运用他们的知识”

管理人员



Cardenal Otero, César 先生

- ◆ 安进公司医药生物高管
- ◆ 著有《Comunicación de Marca Personal a Través de Las Redes Sociales por Parte de Los Profesionales del Sector salud》一书
- ◆ 威尔士 Prifysgol Cymru 大学市场营销学位
- ◆ 在凯斯西储大学的 " 通过情商激发领导力 " 课程中成绩优异
- ◆ 欧洲大学制药业管理与健康研究生课程
- ◆ 理工管理学院中小企业管理校级硕士
- ◆ 西北大学社交媒体营销专业
- ◆ 坎塔布里亚大学国际贸易与运输专家
- ◆ 坎塔布里亚大学商业研究文凭

教师

Junco Burgos, Eduardo 先生

- ◆ AMGEN 公司治疗领域总监
- ◆ GRUPO CLECE (TALHER) 服务经理
- ◆ Celgene 产品专家
- ◆ 安进公司产品专家
- ◆ 盐野义制药大客户经理
- ◆ 毕业于马德里理工大学, 农业工程师

Rojas Palacio, Fernando 先生

- ◆ Navandu Technologies 创始人兼首席执行官
- ◆ 国际咨询公司 Brigital Health 的创始人
- ◆ 麻省理工学院大数据和社交网络分析专家
- ◆ 企业研究所和芝加哥布斯商学院高级企业管理课程
- ◆ 马德里理工大学电信工程学硕士
- ◆ 与其专业相关的学术课程讲师



Cobo Sainz, Manuel 先生

- ◆ 拜耳公司大客户经理
- ◆ 拜耳的 KAM 冠军
- ◆ 毕业于威尔士大学附属 Cesine 大学中心工商管理专业
- ◆ ECOI 专家辅导课程
- ◆ Cesine 的高级工商管理硕士课程
- ◆ ESIC 市场营销与商业管理硕士

Ribas Guardiola, Xavi 先生

- ◆ AMGEN 公司产品经理
- ◆ 制药生物科技药剂师
- ◆ Celgene 产品专家
- ◆ 毕业于巴塞罗那大学药剂学专业
- ◆ 欧洲大学制药业管理与健康研究生课程
- ◆ 欧洲大学卫生服务行政、组织和管理大学课程

Restovic, Gabriela 女士

- ◆ 巴塞罗那诊所医院创新部公共部门卫生技术评估员
- ◆ Novocure 市场准入 部副主任
- ◆ 智利天主教大学经济学家
- ◆ 巴塞罗那庞培法布拉大学应用经济学校级硕士
- ◆ 巴塞罗那商学院 EADA 医疗保健政府事务 高级管理课程
- ◆ 专业学术课程兼职讲师

Caloto González, María Teresa 女士

- ◆ 市场准入顾问
- ◆ 卫生部流行病学总局分局 (Subdirección General de Epidemiología del Ministerio de Sanidad)
- ◆ 马德里康普顿斯大学的生物科学博士
- ◆ 大学医学概率与统计学专家
- ◆ 大学应用统计高级方法专家
- ◆ 马德里自治大学健康与环境专业硕士
- ◆ 马德里自治大学公共卫生硕士
- ◆ 巴塞罗那庞培法布拉大学药物经济学和卫生经济学硕士





Rodríguez Fernández, Silvia 女士

- ◆ 勃林格殷格翰公司医学部科学传播项目经理
- ◆ Ahead Therapeutics 高级研发科学顾问
- ◆ Ahead Therapeutics 医疗顾问
- ◆ 安进公司炎症营销团队产品经理
- ◆ 巴塞罗那自治大学高级免疫学博士
- ◆ MBA 制药和生物技术行业
- ◆ 巴塞罗那自治大学高级免疫学硕士
- ◆ 巴塞罗那自治大学生物医学学位

Palau Rodríguez, Magalí 女士

- ◆ 巴塞罗那大学营养与食品科学研究员
- ◆ 市场部协调人, 负责宣传活动和教育材料
- ◆ 安进公司骨代谢部门营销专家
- ◆ 巴塞罗那大学药学博士
- ◆ EPHOS 人才学校制药生物科技产业 MBA 课程
- ◆ 巴塞罗那大学食品研究与开发硕士
- ◆ 毕业于巴塞罗那大学药剂学专业
- ◆ 赫罗纳埃斯普莱基金会健康与食品操作员讲师

05

结构和内容

护理药物生物科技企业MBA校级硕士侧重于医药和生物技术行业的跨学科方面,以其广泛的范围和与时俱进的方法脱颖而出。在为期 12 个月的课程中,医生可以使用视频、互动摘要和真实病例模拟等创新教学材料。这些先进的资源将为你提供愉快而有效的学习体验。由于这是一个 100% 在线的课程,你可以灵活地按照自己的时间表学习,不受任何限制。



“

Relearning方法将使你优化学习时间, 长期提高对知识的理解”

模块1. 制药生物科技行业的战略管理

- 1.1. 市场进入战略
 - 1.1.1. 市场调研
 - 1.1.2. 战略合作伙伴
 - 1.1.3. 最常用的策略
 - 1.1.4. 监测和适应
- 1.2. 制药企业的战略管理
 - 1.2.1. 战略管理的层次
 - 1.2.2. 创新
 - 1.2.3. 投资组合
 - 1.2.4. 采购
- 1.3. 企业的价值创造
 - 1.3.1. 企业创造价值的6种类型
 - 1.3.2. 公司业绩
 - 1.3.3. 行业实例
 - 1.3.4. 结论
- 1.4. 制药生物科技商业环境
 - 1.4.1. VUCA 环境
 - 1.4.2. PESTEL分析
 - 1.4.3. 波特五力分析法
 - 1.4.4. DAFO分析
- 1.5. 内部分析
 - 1.5.1. 价值链分析
 - 1.5.2. 资源和能力分析
 - 1.5.3. VRIO 分析
 - 1.5.4. 结论
- 1.6. 战略业务单位战略
 - 1.6.1. 战略业务部
 - 1.6.2. 竞争优势
 - 1.6.3. 按竞争优势划分的战略类型
 - 1.6.4. 结论

- 1.7. 企业战略和多元化
 - 1.7.1. 公司战略
 - 1.7.2. 业务组合战略
 - 1.7.3. 增长战略
 - 1.7.4. 最常用的策略
- 1.8. 国际化战略
 - 1.8.1. 公司的国际战略
 - 1.8.2. 经济全球化
 - 1.8.3. 国际化的风险
 - 1.8.4. 内部化的好处
- 1.9. 战略联盟、收购和兼并
 - 1.9.1. 外部增长战略与内部增长战略
 - 1.9.2. 制药业联盟
 - 1.9.3. 行业兼并
 - 1.9.4. 部门收购
- 1.10. 道德与企业社会责任
 - 1.10.1. 商业道德
 - 1.10.2. 环境可持续性
 - 1.10.3. 社会责任
 - 1.10.4. 可持续生态学

模块2. 制药生物科技市场营销

- 2.1. 全渠道、影响和参与
 - 2.1.1. 影响营销
 - 2.1.2. 通用渠道和社交网络
 - 2.1.3. 社区管理
 - 2.1.4. 数字环境中的电子零售和客户关系管理
 - 2.1.5. 程序化广告
 - 2.1.6. 分析和业务指标
- 2.2. 细分、定位和定向
 - 2.2.1. 细分
 - 2.2.2. 定位地图
 - 2.2.3. 锁定目标
 - 2.2.4. 结论

- 2.3. 市场调查
 - 2.3.1. 营销系统
 - 2.3.2. 信息收集
 - 2.3.3. 研究过程
 - 2.3.4. 结论
- 2.4. 品牌管理与神经营销
 - 2.4.1. 品牌建设
 - 2.4.2. 品牌类型
 - 2.4.3. 神经营销及其在制药业中的应用
 - 2.4.4. 结论
- 2.5. 数字营销计划
 - 2.5.1. 将数字营销融入全球营销战略
 - 2.5.2. 社区经理
 - 2.5.3. 数字营销计划
 - 2.5.4. 目标受众
- 2.6. 电子商务
 - 2.6.1. 转换漏斗
 - 2.6.2. 促进电子商务
 - 2.6.3. 度量衡
 - 2.6.4. 电子商务平台
- 2.7. 数字战略
 - 2.7.1. 社交媒体的传播策略。共同创建内容
 - 2.7.2. 内容营销和影响力
 - 2.7.3. 支持治疗领域领导的数字营销
 - 2.7.4. 患者协会
- 2.8. 设计数字程序
 - 2.8.1. 目标的定义
 - 2.8.2. 支持品牌战略的计划：疾病认知、转换和参与
 - 2.8.3. 数字营销和销售网络
 - 2.8.4. 目标
- 2.9. 数据分析和人工智能
 - 2.9.1. 制药行业的大数据应用
 - 2.9.2. 支持诊断的人工智能工具
 - 2.9.3. 支持患者管理的人工智能工具
 - 2.9.4. 最新消息

- 2.10. 其他技术
 - 2.10.1. 电子记录和数据收集
 - 2.10.2. Web 3 和代币经济的新趋势。对制药业的影响
 - 2.10.3. 虚拟、增强和混合现实
 - 2.10.4. 元宇宙

模块3.人力资源管理

- 3.1. 人员遴选
 - 3.1.1. 招聘程序
 - 3.1.2. 简历评估
 - 3.1.3. 遴选面试
 - 3.1.4. 能力倾向测验和心理评估
- 3.2. 薪酬与福利
 - 3.2.1. 设计补偿系统
 - 3.2.2. 制定浮动薪酬
 - 3.2.3. 福利设计
 - 3.2.4. 情感工资
- 3.3. 绩效管理
 - 3.3.1. 绩效评估
 - 3.3.2. 人才和提高计划
 - 3.3.3. 反馈会议
 - 3.4.3. 人才保留和忠诚度计划
- 3.4. 职场情商
 - 3.4.1. 情感意识
 - 3.4.2. 情绪管理
 - 3.4.3. 工作中的换位思考
 - 3.4.4. 社交技能与协作
- 3.5. 培训与持续发展
 - 3.5.1. 职业规划
 - 3.5.2. 特定技能培养
 - 3.5.3. 内部晋升和发展机会
 - 3.5.4. 适应工作场所

- 3.6 团队管理与领导
 - 3.6.1. 建立高效团队
 - 3.6.2. 激励人心的领导力
 - 3.6.3. 有效沟通
 - 3.6.4. 解决冲突
- 3.7. 组织的适应性和灵活性
 - 3.7.1. 变革管理
 - 3.7.2. 劳动政策的灵活性
 - 3.7.3. 人力资源创新
 - 3.7.4. 适应新技术
- 3.8. 工作中的多样性和包容性
 - 3.8.1. 促进多样性
 - 3.8.2. 平等机会
 - 3.8.3. 创建包容性环境
 - 3.8.4. 多样性意识和培训
- 3.9. 工作中的积极心理学
 - 3.9.1. 积极的组织文化
 - 3.9.2. 从福利到工作
 - 3.9.3. 倡导积极态度
 - 3.9.4. 工作中的复原力和应对能力
- 3.10. 技术和人力资源
 - 3.10.1. 人力资源流程自动化
 - 3.10.2. 决策数据分析
 - 3.10.3. 人力资源管理工具
 - 3.10.4. 网络安全和人员数据保护

模块4. 数字健康管理: 卫生部门的技术创新

- 4.1. 医院信息系统
 - 4.1.1. 执行
 - 4.1.2. 医院信息系统的管理
 - 4.1.3. 电子健康记录
 - 4.1.4. 信息系统的互操作性

- 4.2. 远程医疗和数字保健
 - 4.2.1. 远程医疗咨询
 - 4.2.2. 远程监控平台
 - 4.2.3. 患者随访
 - 4.2.4. 移动健康和保健应用
- 4.3. 卫生领域的大数据和数据分析
 - 4.3.1. 管理和分析大量健康数据
 - 4.3.2. 利用预测分析进行决策
 - 4.3.3. 隐私
 - 4.3.4. 健康数据的安全
- 4.4. 医疗保健领域的人工智能和机器学习
 - 4.4.1. 人工智能在医疗诊断中的应用
 - 4.4.2. 用于模式检测的机器学习算法
 - 4.4.3. Chatbots
 - 4.4.4. 医疗保健领域的虚拟助理
- 4.5. 医疗保健领域的物联网 (IoT)
 - 4.5.1. 联网医疗设备和远程监控
 - 4.5.2. 智能医院基础设施
 - 4.5.3. 库存管理中的物联网应用
 - 4.5.4. 供应品
- 4.6. 卫生领域的网络安全
 - 4.6.1. 健康数据保护与合规
 - 4.6.2. 预防网络攻击
 - 4.6.3. 勒索软件
 - 4.6.4. 安全审计和事件管理
- 4.7. 虚拟现实(RV)和增强现实(RA) 在医学中的应用
 - 4.7.1. 使用 RV 模拟器进行医学培训
 - 4.7.2. 辅助手术中的 RA 应用
 - 4.7.3. 手术指南
 - 4.7.4. 虚拟现实治疗和康复
- 4.8. 机器人医学
 - 4.8.1. 在医疗程序中使用手术机器人
 - 4.8.2. 医院和实验室任务的自动化
 - 4.8.3. 假体
 - 4.8.4. 机器人辅助康复

- 4.9. 医学影像分析
 - 4.9.1. 医学图像处理 and 计算分析
 - 4.9.2. 计算机辅助诊断成像
 - 4.9.3. 实时医学成像
 - 4.9.4. 3D
- 4.10. 区块链在卫生领域的应用
 - 4.10.1. 利用区块链实现健康数据的安全性和可追溯性
 - 4.10.2. 机构间交换医疗信息
 - 4.10.3. 知情同意管理
 - 4.10.4. 隐私

模块5. 市场准入 (market access) (1)。组织与流程

- 5.1. 制药业的市场准入
 - 5.1.1. 什么是市场准入?
 - 5.1.2. 为什么需要市场准入部门?
 - 5.1.3. 市场准入部门的职能
 - 5.1.4. 结论
- 5.2. 新药的授权和注册
 - 5.2.1. 卫生机构
 - 5.2.2. 欧洲药品管理局 (EMA)
 - 5.2.3. 西班牙药品和保健品署 (AEMPS)
 - 5.2.4. 卫生部
 - 5.2.5. 新药上市许可程序: 集中、分散和相互承认程序
- 5.3. 在国家一级评估新药
 - 5.3.1. 卫生技术评估机构
 - 5.3.2. 国际
 - 5.3.3. 欧洲
 - 5.3.4. 治疗定位报告 (IPT)
 - 5.3.5. 决策者和影响者
- 5.4. 对新药的其他评估
 - 5.4.1. 对 GENESIS 小组的评估
 - 5.4.2. 区域评估
 - 5.4.3. 医院药房的评估: 药学和治疗学委员会
 - 5.4.4. 其他评估

- 5.5. 从药品授权到患者可用性
 - 5.5.1. 新药价格和报销申请程序
 - 5.5.2. 营销和融资条件
 - 5.5.3. 医院一级的药品获取程序
 - 5.5.4. 获取街头药店配发的药品的程序
 - 5.5.5. 获得非专利药和生物仿制药
- 5.6. 药物融资
 - 5.6.1. 传统融资计划与新融资计划
 - 5.6.2. 创新协议
 - 5.6.3. 风险分担协议(ARC)
 - 5.6.4. ARC类型
 - 5.6.5. 选择 ARC 的标准
- 5.7. 药品采购程序
 - 5.7.1. 公共采购
 - 5.7.2. 药品和医疗器械的集中采购
 - 5.7.3. 框架协议
 - 5.7.4. 结论
- 5.8. 市场准入部 (1)。专业简介
 - 5.8.1. 市场准入专业人员概况的演变
 - 5.8.2. 市场准入专业人员简介
 - 5.8.3. 市场准入经理
 - 5.8.4. 药物经济学
 - 5.8.5. 价格(定价)
 - 5.8.6. 大客户经理
- 5.9. 市场准入部 (2)。与制药业其他部门的互动
 - 5.9.1. 营销和销售
 - 5.9.2. 医务部
 - 5.9.3. 机构关系
 - 5.9.4. 监管
 - 5.9.5. 沟通

模块6. 市场准入 (market access) (2)。工具和战略

- 6.1. 医药产品的市场准入规划
 - 6.1.1. 现状分析: 疾病管理、竞争对手
 - 6.1.2. 地区和账户划分
 - 6.1.3. 科学协会
 - 6.1.4. 患者协会
 - 6.1.5. 策略设计
 - 6.1.6. 战略实施年表
- 6.2. 管理医药产品的市场准入
 - 6.2.1. 区域一级的准入管理
 - 6.2.2. 医院用药的市场准入。医院药房管理与战略
 - 6.2.3. 街头药店药品的市场准入
 - 6.2.4. 初级保健药剂师的管理和战略
- 6.3. 药品的临床价值
 - 6.3.1. 基于临床开发的价值
 - 6.3.2. 真实生活研究
 - 6.3.3. (RWD/RWE)
 - 6.3.4. 结论
- 6.4. 患者感知的价值
 - 6.4.1. 患者报告结果 (PRO) 变量 (或Patient Reported Outcomes, PRO)
 - 6.4.2. 与健康相关的生活质量 (HRQoL)
 - 6.4.3. 对治疗的满意度
 - 6.4.4. 纳入病人的喜好
- 6.5. 经济分析类型
 - 6.5.1. 经济分析的类型
 - 6.5.2. 待定义参数
 - 6.5.3. 部分经济评估
 - 6.5.4. 成本和疾病负担
 - 6.5.5. 间接成本
- 6.6. 经济分析研究
 - 6.6.1. 预算影响研究
 - 6.6.2. 市场增长
 - 6.6.3. 相关风险
 - 6.6.4. 知识产权





- 6.7. 经济分析 评价
 - 6.7.1. 全面经济评估
 - 6.7.2. 成这个效益分析
 - 6.7.3. 成这个效用分析
 - 6.7.4. 成这个收益分析
 - 6.7.5. 决定规则
- 6.8. 药品价值档案
 - 6.8.1. 价值档案的内容
 - 6.8.2. 药品的临床价值
 - 6.8.3. 药品的经济价值
 - 6.8.4. 展示药品对卫生系统的价值
 - 6.8.5. 根据不同自治区的情况调整档案材料
- 6.9. 价格和报销申请所需文件
 - 6.9.1. 所需文件
 - 6.9.2. 可选文件
 - 6.9.3. 文件价格
 - 6.9.4. 报销文件
- 6.10. 新趋势
 - 6.10.1. 基于价值的采购
 - 6.10.2. 多标准分析法(AMC)
 - 6.10.3. 创新公共采购
 - 6.10.4. 最新趋势

模块7.医药生物技术的综合教练

- 7.1. 制药生物科技专业的教学基础
 - 7.1.1. 教练技能和职业道德
 - 7.1.2. 教练的本质
 - 7.1.3. 学会学习
 - 7.1.4. 推荐影片太平洋勇士
- 7.2. 教练过程--学校和模式
 - 7.2.1. 北美教练捐款
 - 7.2.2. 欧洲人文主义教练的贡献
 - 7.2.3. 本体论教练的贡献
 - 7.2.4. 结论

- 7.3. 教练-客户
 - 7.3.1. 目前 - 细分 - 目标
 - 7.3.2. 如何了解专业团队中每个人的情况, 从而能够克服困难, 实现目标
 - 7.3.3. 通过 "职业生活的周末" 工具了解当前形势
 - 7.3.4. 结论
- 7.4. 理想情况
 - 7.4.1. 我要去的地方
 - 7.4.2. 确定目标、愿景并阐明目的。既是个人从业者, 又是团队协调者
 - 7.4.3. 成长模式
 - 7.4.4. 例子。你想让团队中的每个成员都通过曼荼罗了解什么?
- 7.5. 技术。我们的思想
 - 7.5.1. 心理模型
 - 7.5.2. 观察、区分
 - 7.5.3. 信念、判断
 - 7.5.4. 事实与观点
- 7.6. 技术。语言
 - 7.6.1. 拉斐尔-埃切瓦里亚提出的语言本体论基本假设
 - 7.6.2. 倾听、沉默和说话能力
 - 7.6.3. 推荐书籍
 - 7.6.4. 拉斐尔-埃切维里亚语言本体论
 - 7.6.5. Leonardo Wolk. 吹烬的艺术
- 7.7. 技术。情感
 - 7.7.1. 管理与情商
 - 7.7.2. 使情感合法化, 以便从语言层面管理情感
 - 7.7.3. 情感的
 - 7.7.4. 结论
- 7.8. 技术 - 实体
 - 7.8.1. 我的身体让我是谁?
 - 7.8.2. 姿势和动作
 - 7.8.3. 支持或阻碍与身体对话的趋势
 - 7.8.4. 结论

- 7.9. 强有力的问题如何利用问题帮助团队中的每个成员找到最好的自己
 - 7.9.1. 确定客户的概况并设计行动计划
 - 7.9.2. 重新连接你的教练问题
 - 7.9.3. 改变观点的教练问题
 - 7.9.4. 提高认识的辅导问题
 - 7.9.5. 教练提问, 创造行动
 - 7.9.6. 目标设定辅导问题
 - 7.9.7. 设计行动计划的辅导问题
 - 7.9.8. 辅导问题, 让客户找到自己的解决方案
- 7.10. 行动
 - 7.10.1. 行动计划的各个阶段
 - 7.10.2. 伴随
 - 7.10.3. 后续
 - 7.10.4. 承诺
 - 7.10.5. 如何与团队中的每位代表一起制定行动计划

模块8. 医务部

- 8.1. 医务部
 - 8.1.1. 不同公司医疗部门的总体结构
 - 8.1.2. 部门目标和职能
 - 8.1.3. 医疗部门的职责
 - 8.1.4. 它们与其他部门的关系: 营销、访问、销售等
 - 8.1.5. 医药行业医疗部门的工作机会
- 8.2. 临床试验
 - 8.2.1. 临床开发基础
 - 8.2.2. 临床试验立法
 - 8.2.3. 临床试验的类型
 - 8.2.4. 临床试验阶段
 - 8.2.4.1. I 期临床研究
 - 8.2.4.2. II 期临床研究
 - 8.2.4.3. III 期临床研究
 - 8.2.4.4. IV 期临床研究

- 8.3. 临床试验方法
 - 8.3.1. 临床试验设计
 - 8.3.2. 临床试验的发展阶段
 - 8.3.3. 临床试验的可行性
 - 8.3.4. 中心和研究人员的确定与遴选
 - 8.3.5. 招聘材料和策略
 - 8.3.6. 与研究中心的合同
 - 8.3.7. 规程
 - 8.3.8. 患者信息和知情同意书
- 8.4. 试验监测:监测和控制
 - 8.4.1. 监测访问
 - 8.4.1.1. 考察前参观
 - 8.4.1.2. 家访
 - 8.4.1.3. 监测访问
 - 8.4.1.4. 闭幕参观
 - 8.4.2. 远程监控
 - 8.4.3. 监测访问报告
 - 8.4.4. 数据管理。取得成果
- 8.5. 真实临床实践研究。RWE
 - 8.5.1. RWE 研究:设计、分析、尽量减少偏差
 - 8.5.2. RWE 研究的类型
 - 8.5.3. 纳入医疗计划
 - 8.5.4. 收集和报告结果
 - 8.5.5. 目前在使用 RWE 证据和知识方面面临的挑战
 - 8.5.6. RWE 如何在整个产品生命周期内为决策提供支持
 - 8.5.7. 研究人员发起的研究/试验和研究合作
- 8.6. 医疗事务部
 - 8.6.1. 什么是 医疗事务部?
 - 8.6.1.1. 部门目标和职能
 - 8.6.1.2. 不同公司的一般部门结构
 - 8.6.1.3. 医疗事务部 与其他部门(临床运营部和商务部)之间的互动
 - 8.6.1.4. 医疗问题与产品生命周期的关系
 - 8.6.2. 创建最先进的数据生成程序
 - 8.6.3. 医务部门的共同领导作用
 - 8.6.4. 多功能制药机构的事务
- 8.7. 医疗事务部的职责
 - 8.7.1. 医疗顾问的作用
 - 8.7.2. 医疗顾问的职能
 - 8.7.3. 与保健医生互动的策略
 - 8.7.3.1. 咨询委员会 和宣传计划
 - 8.7.3.2. 科学出版物
 - 8.7.3.3. 规划科学大会
 - 8.7.4. 制定医疗传播计划
 - 8.7.5. 医疗产品战略设计
 - 8.7.6. 管理基于真实临床实践数据的医疗项目和研究 (RWE)
 - 8.7.7. 医学科学联络员的作用
 - 8.7.7.1. MSL 功能:医学交流和对话者
 - 8.7.7.2. 实施医疗项目和领土管理
 - 8.7.7.3. 研究人员 发起的研究/试验和研究合作
 - 8.7.7.4. 科学交流和 见解收集
- 8.8. 医疗事务部的合规性
 - 8.8.1. 医疗部门遵纪守法的概念
 - 8.8.1.1. 推广处方药
 - 8.8.1.2. 与卫生专业人员和组织的关系
 - 8.8.1.3. 与患者组织联络
 - 8.8.2. 开标签/关标签的定义
 - 8.8.3. 商务部门与医务部门的区别
 - 8.8.4. 医疗宣传和信息方面的良好临床实践守则
- 8.9. 医疗信息
 - 8.9.1. 综合传播计划
 - 8.9.2. 媒体和全方位渠道计划
 - 8.9.3. 将传播计划纳入医疗计划

- 8.9.4. 生物医学信息资源
 - 8.9.4.1. 国际来源: Pubmed、Embase、WOS 等
 - 8.9.4.2. 拉丁美洲的资料来源: 索引 CSIC、Ibecs、LILACS 等
 - 8.9.4.3. 临床试验来源: 世卫组织、ClinicalTrials、Cochrane CENTRAL 等
 - 8.9.4.4. 药品信息来源: Bot Plus Web、FDA 等
 - 8.9.4.5. 其他资源: 官方机构、网站、科学学会、协会、评估机构等
- 8.10. 药物警戒
 - 8.10.1. 临床试验中的药物警戒
 - 8.10.1.1. 法律框架和定义
 - 8.10.1.2. 不良事件的管理
 - 8.10.2. 不良事件报告、药物警戒
 - 8.10.3. 定期安全报告
 - 8.10.4. 其他临床试验中的药物警戒: 授权后研究

模块9. 医药行业的团队领导力

- 9.1. 领导力
 - 9.1.1. 领导力介绍
 - 9.1.2. 权力和影响
 - 9.1.3. 什么是领导力?
 - 9.1.4. 结论
- 9.2. 领导理论
 - 9.2.1. 领导过程
 - 9.2.2. 领导风格
 - 9.2.3. 领导模式
 - 9.2.4. 进化
- 9.3. 领导技能
 - 9.3.1. 沟通
 - 9.3.2. 承诺
 - 9.3.3. 调动积极性
 - 9.3.4. 决策
- 9.4. 团队管理
 - 9.4.1. 组织机构
 - 9.4.2. 时间管理
 - 9.4.3. 规划和目标
 - 9.4.4. 设备评估
- 9.5. 团队管理技能
 - 9.5.1. 目标
 - 9.5.2. 目标
 - 9.5.3. 时间管理
 - 9.5.4. 问题管理
- 9.6. 决策
 - 9.6.1. 过程
 - 9.6.2. 团队决策
 - 9.6.3. 战略决策
 - 9.6.4. 伦理决定
- 9.7. 沟通, 成功的一部分
 - 9.7.1. 对外沟通
 - 9.7.2. 内部交流
 - 9.7.3. 危机沟通
 - 9.7.4. 跨文化交流
- 9.8. 谈判和冲突管理
 - 9.8.1. 沟通策略
 - 9.8.2. 技巧
 - 9.8.3. 冲突管理
 - 9.8.4. 团队谈判
- 9.9. 人员发展
 - 9.9.1. 设备
 - 9.9.2. 调动积极性
 - 9.9.3. 可见性
 - 9.9.4. 结论
- 9.10. 共同目标, 项目开发
 - 9.10.1. 共同目标, 即
 - 9.10.2. 多学科团队
 - 9.10.3. 建立联盟
 - 9.10.4. 最常用的策略

模块10. 领土上的商业计划

- 10.1. 业务计划
 - 10.1.1. 什么是商业计划?
 - 10.1.2. 业务计划的宗旨和目标
 - 10.1.3. 制定商业计划为何重要
 - 10.1.4. 何时制定商业计划
- 10.2. 制药业的背景
 - 10.2.1. 制药业的结构状况
 - 10.2.2. 制定行动计划的关键人物和部门:
 - 10.2.3. 总局
 - 10.2.3.1. 销售管理
 - 10.2.3.2. 市场部
 - 10.2.3.3. 医务部
 - 10.2.3.4. 财务部
 - 10.2.3.5. 监管部
 - 10.2.4. 制药业当前面临的挑战
- 10.3. 确定商业计划的阶段
 - 10.3.1. 确定目标
 - 10.3.2. 产品描述:关键属性
 - 10.3.3. 制定计划所需信息
 - 10.3.4. 与战略保持一致
 - 10.3.5. 确定时间
 - 10.3.6. 定义资源
 - 10.3.7. 确立成果
- 10.4. 业务和营销计划
 - 10.4.1. 制定计划的商业资源
 - 10.4.2. 根据我们的目标选择计划
 - 10.4.3. 营销战略:协调
 - 10.4.4. 以营销资源为杠杆
- 10.5. 客户分析
 - 10.5.1. 客户关系管理
 - 10.5.2. 确定客户需求
 - 10.5.3. 与客户沟通
 - 10.5.4. 结论
- 10.6. 竞争分析
 - 10.6.1. 市场细分
 - 10.6.2. 产品竞争分析
 - 10.6.3. 相对于竞争对手的商业战略
 - 10.6.4. 扩建计划
 - 10.6.5. 国防计划
- 10.7. 商业计划的经济分析
 - 10.7.1. 估算成本和目标
 - 10.7.2. 投资来源和策略
 - 10.7.3. 财务风险分析
 - 10.7.4. 投资回报评估
- 10.8. 业务计划的实施和监测
 - 10.8.1. 业务计划议程
 - 10.8.2. 根据演变情况监测进程和审查机制
 - 10.8.3. KPI:客观绩效指标
 - 10.8.4. 结论
- 10.9. 业务计划的最终分析
 - 10.9.1. 遵守最后期限
 - 10.9.2. 结果分析
 - 10.9.3. 预算分析
- 10.10. 营销计划
 - 10.10.1. 市场分析
 - 10.10.2. 权限
 - 10.10.3. 目标受众
 - 10.10.4. 品牌定位

06 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的: **Re-learning**。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被**新英格兰医学杂志**等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。



“

发现 Re-learning, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

在TECH, 我们使用案例法

在特定情况下, 专业人士应该怎么做? 在整个课程中, 你将面对多个基于真实病人的模拟临床案例, 他们必须调查, 建立假设并最终解决问题。关于该方法的有效性, 有大量的科学证据。专业人员随着时间的推移, 学习得更好, 更快, 更持久。

和TECH, 你可以体验到一种正在动摇世界各地传统大学基础的学习方式。



根据Gérvás博士的说法, 临床病例是对一个病人或一组病人的注释性介绍, 它成为一个“案例”, 一个说明某些特殊临床内容的例子或模型, 因为它的教学效果或它的独特性或稀有性。至关重要的是, 案例要以当前的职业生活为基础, 试图重现专业医学实践中的实际问题。

“

你知道吗, 这种方法是1912年在哈佛大学为法律学生开发的? 案例法包括提出真实的复杂情况, 让他们做出决定并证明如何解决这些问题。1924年, 它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法”

该方法的有效性由四个关键成果来证明:

1. 遵循这种方法的学生不仅实现了对概念的吸收, 而且还通过练习评估真实情况和应用知识来发展自己的心理能力。
2. 学习扎根于实践技能, 使学生能够更好地融入现实世界。
3. 由于使用了从现实中产生的情况, 思想和概念的吸收变得更容易和更有效。
4. 投入努力的效率感成为对学生的一个非常重要的刺激, 这转化为对学习的更大兴趣并增加学习时间。

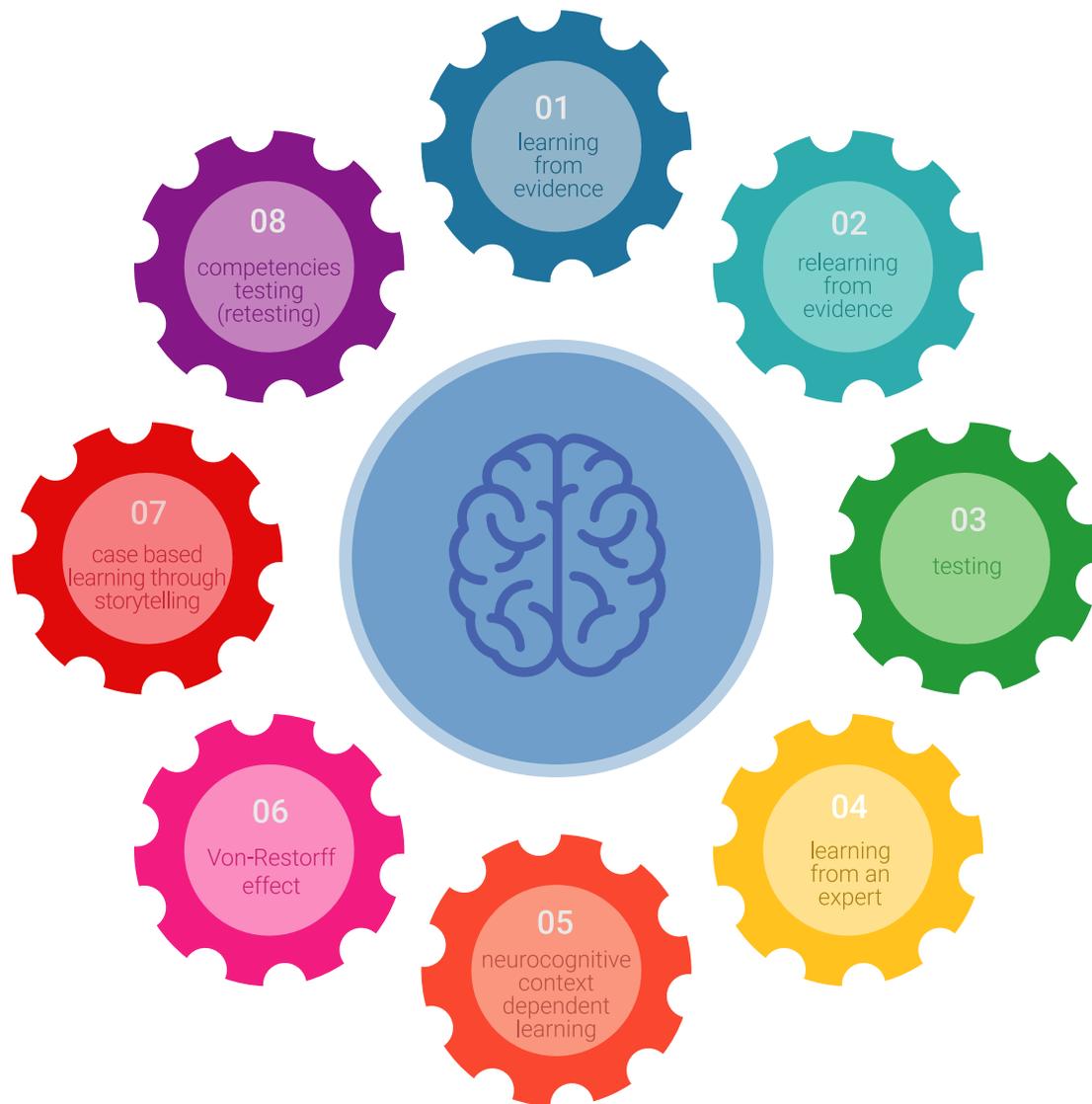


Re-learning 方法

TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合, 在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: Re-learning。

专业人员将通过真实案例和在模拟学习环境中解决复杂情况进行学习。这些模拟情境是使用最先进的软件开发的, 以促进沉浸式学习。



处在世界教育学的前沿,按照西班牙语世界中最好的在线大学(哥伦比亚大学)的质量指标,Re-learning方法成功地提高了完成学业的专业人员的整体满意度。

通过这种方法,我们已经培训了超过25000名医生,取得了空前的成功,在所有的临床专科手术中都是如此。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

Re-learning 将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。

根据国际最高标准,我们的学习系统的总分是8.01分。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



录像中的手术技术和程序

TECH使学生更接近最新的技术,最新的教育进展和当前医疗技术的最前沿。所有这些,都是以第一人称,以最严谨的态度进行解释和详细说明了,以促进学生的同化和理解。最重要的是,您可以想看几次就看几次。



互动式总结

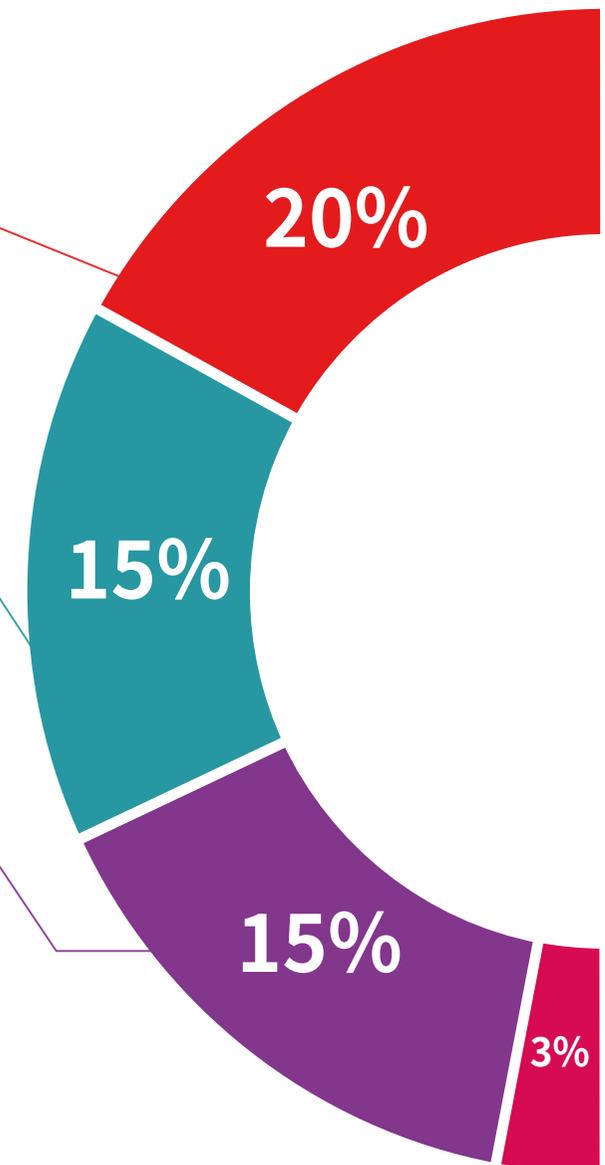
TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体丸中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。

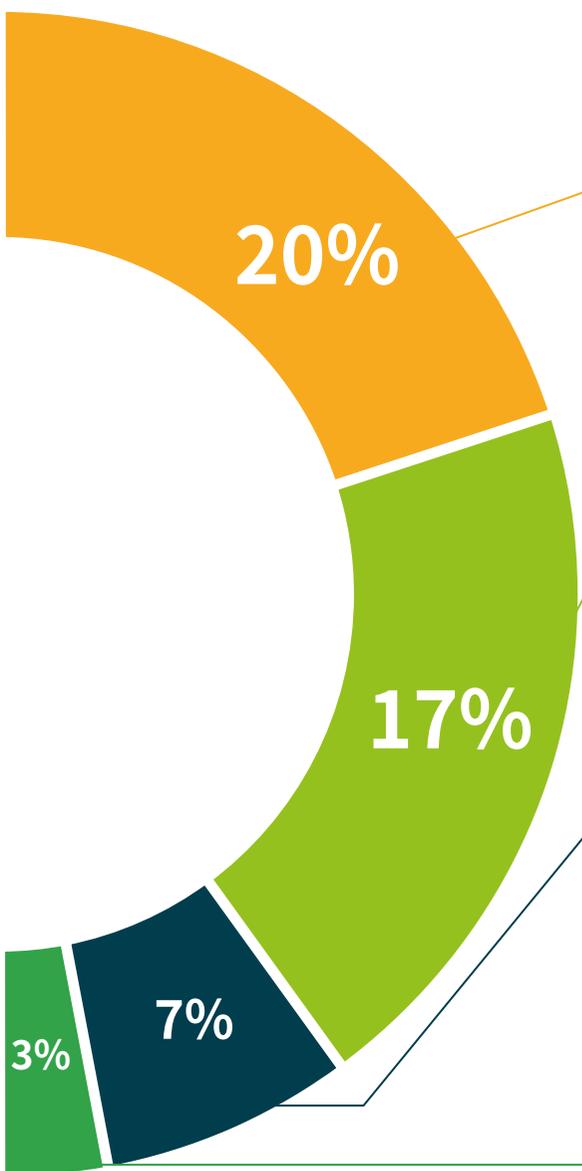
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





由专家主导和开发的案例分析

有效的学习必然是和背景联系的。因此, TECH将向您展示真实的案例发展, 在这些案例中, 专家将引导您注重发展和处理不同的情况: 这是一种清晰而直接的方式, 以达到最高程度的理解。



测试和循环测试

在整个课程中, 通过评估和自我评估活动和练习, 定期评估和重新评估学习者的知识: 通过这种方式, 学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的作用: 向专家学习可以加强知识和记忆, 并为未来的困难决策建立信心。



快速行动指南

TECH以工作表或快速行动指南的形式提供课程中最相关的内容。一种合成的, 实用的, 有效的帮助学生在学业上取得进步的方法。



07 学位

制药生物技术管理 MBA 校级硕士除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由 TECH global university 颁发的校级硕士学位证书。



“

顺利完成这个课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个课程将使您有机会获得 TECH Global University 认可的**制药生物技术管理 MBA 校级硕士学位**。TECH Global University 是全球最大的数字大学。

TECH Global University 是一所经安道尔政府 ([官方公报](#)) 公开认可的欧洲官方大学。自 2003 年以来, 安道尔已成为欧洲高等教育区 (EEES) 的一部分。该高等教育区是欧盟推动的一个倡议, 旨在组织国际教育框架, 并协调成员国的高等教育系统。该项目促进了共同价值观的推广, 实施了共同工具, 并加强了质量保证机制, 以促进学生、研究人员和学者之间的合作和流动。

TECH Global University 的专业学位是一个欧洲的继续教育和职业更新项目, 确保学生在其知识领域获得能力, 并为完成该项目的学生赋予了高度的学术价值。

学位: **制药生物技术管理 MBA 校级硕士**

模式: **在线**

时长: **12个月**

认证: **ECTS 60**



*海牙使馆认证。如果学生要求其纸质学位证书获得海牙使馆认证, TECH global university 将为其进行相关手续, 但需支付额外费用。

健康 信心 未来 人 导师
教育 信息 教学
保证 资格认证 学习
机构 社区 科技 承诺
个性化的关注 现在
知识 网页
网上教室 发展 语言

tech global university

校级硕士
医药生物技术管理 MBA

- » 模式:在线
- » 时长: 12个月
- » 学位: TECH global university
- » 认证: ECTS 60
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

校级硕士

制药生物技术管理 MBA