

专科文凭

制药生物科技护理数字营销



tech 科学技术大学



专科文凭
制药生物科技护理
数字营销

- » 模式:在线
- » 时长: 6个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

网页链接: www.techtitute.com/cn/nursing/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-digital-marketing-pharma-biotech-nursing

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

课程管理

12

04

结构和内容

16

05

方法

22

06

学位

30

01 介绍

制药和生物技术行业的数字营销经历了重大变革,已成为该行业企业不可或缺的工具。因此,必须利用营销技术,通过社交网络和互联网提高产品和服务的知名度,从而促进其在市场上取得成功。为了让护士站在这一要求严格的领域的最前沿,TECH 开发了这一课程,让学生学习最前沿的市场研究策略和方法,以便在医药生物技术环境中进行品牌定位。此外,100% 在线的特点使学生能够在个人和工作任务之间兼顾一流的教育。



“

感谢 TECH, 你将学习到最好的数字营销技术, 并将其应用于医药生物技术领域”

数字营销能够快速、准确、个性化地触及特定目标受众，因此在医药生物技术领域发挥着重要作用。这为制药和生物技术公司提供了在激烈的竞争环境中提高知名度、强化品牌和有效推广产品的机会。此外，它还提供各种工具和策略，可进行数据分析和活动绩效跟踪，从而更容易根据实际结果做出决策。

从这个意义上说，一个受过最新网络营销趋势培训的专业人员的身影对于企业提高沟通效率、增加销售额和实现经济效益最大化至关重要。因此，TECH 创建了这一资格证书，为学生提供有关这一主题的最新信息。在整个学习过程中，你将探索如何根据细分市场制定数字营销战略，或学习在互联网环境中开展市场调研的先进技术等。

由于该课程采用 100% 在线授课的形式，学生无需前往学术中心就能更新自己在该专业领域的知识。此外，你还将受益于各种虚拟学习资源，如专业读物和互动摘要，这将促进你的学习过程。此外，TECH 的 Relearning 方法能让你在更短的时间内更有效地理解复杂的概念。

这个**制药生物科技护理数字营销专科文凭**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
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容



探索市场营销对药品推广的影响”

“

有了这个只有 TECH 才能提供的学位, 你将利用社交网络的优势, 在制药生物技术行业脱颖而出”

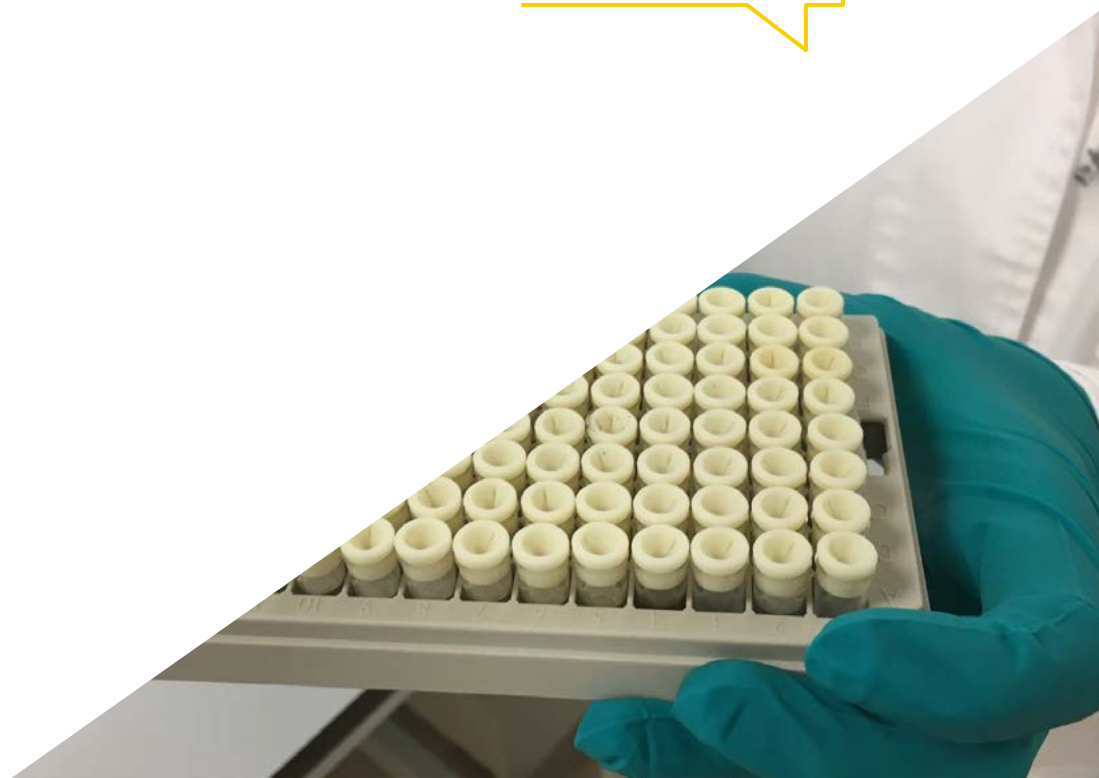
这个课程的教学人员包括来自这个行业的专业人士, 他们将自己的工作经验带到了这一培训中, 还有来自领先公司和著名大学的公认专家。

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, 藉由这种学习, 专业人员必须努力解决整个学年出现的不同的专业实践情况。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。

通过这个 100% 在线的专科文凭课程, 你将掌握制药生物技术数字环境中的社区管理策略。

你将深入了解数字世界中电子零售和客户关系管理的力量, 以及如何将其应用于制药行业。



02 目标

这个学位旨在为护士提供药理学和生物技术领域所需的最新数字能力和技能。通过这种方式,你将能够推广产品,与其他医学专家建立牢固的关系,或定位制药公司的品牌,从而在这个高度专业化的领域实现增长和成功。



“

你将随时获得互动简报和一系列多媒体资源,帮助你深入了解医药生物技术领域数字营销的来龙去脉”



总体目标

- ◆ 了解战略管理的历史
- ◆ 对不同时期的不同定义进行分类
- ◆ 评估财务效率
- ◆ 优化周转资金管理
- ◆ 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
- ◆ 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





具体目标

模块 1. 市场营销 制药生物技术公司

- ◆ 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 2. 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

模块 3. 制药和生物技术行业的战略管理

- ◆ 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



通过攻读这个学位, 你将成为
护理数字营销分析和业务指
标方面的专家”

03 课程管理

这个课程拥有优秀的学术人员，他们将从创新的学术角度授课。这将确保学生从在制药、医学和商业领域拥有广泛背景的公认专家那里获得知识。这样，学员就有信心获得优秀资格证书，并将其应用到日常工作中。



“

你将拥有市场上最负盛名的师资队伍和最完整的教学大纲, 你将学习到生物技术行业的细分、定位和定向等所有知识”

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

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

Ribas Guardiola, Xavi 先生

- ◆ 安进公司产品经理
- ◆ 制药和生物技术药剂师
- ◆ 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

Palau Rodríguez, Magalí 女士

- ◆ 药学博士, 食品研发专家
- ◆ 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 人才学校制药和生物技术产业 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

04 结构和内容

这个学术课程汇编了独家内容,将详细探讨医药领域的营销原则和应用,涵盖从基本原理到最新趋势的各个方面。此外,学员还将掌握在这个竞争日益激烈的行业中制定和实施高效销售和营销战略的基本技能和知识。所有这一切都将通过一个虚拟图书馆提供,用户只需一个能连接网络的电子设备,即可随时随地访问该图书馆。





“

这个课程特有的 Relearning 系统
将使你能够实现量身定制的学习”

模块 1. 医药生物技术市场营销

- 1.1. 全渠道、影响和参与
 - 1.1.1. 影响营销
 - 1.1.2. 通用渠道和社交网络
 - 1.1.3. 社区管理
 - 1.1.4. E-detailing 和客户关系管理
 - 1.1.5. 程序化广告
 - 1.1.6. 分析和业务指标
- 1.2. 细分、定位和定向
 - 1.2.1. 细分
 - 1.2.2. 定位地图
 - 1.2.3. 锁定目标
 - 1.2.4. 结论
- 1.3. 市场调查
 - 1.3.1. 营销系统
 - 1.3.2. 信息收集
 - 1.3.3. 研究过程
 - 1.3.4. 结论
- 1.4. 品牌管理与神经营销
 - 1.4.1. 品牌建设
 - 1.4.2. 品牌类型
 - 1.4.3. 神经营销及其在制药业中的应用
 - 1.4.4. 结论
- 1.5. 数字营销计划
 - 1.5.1. 将数字营销融入全球营销战略
 - 1.5.2. 社区经理
 - 1.5.3. 数字营销计划
 - 1.5.4. 目标受众
- 1.6. 电子商务
 - 1.6.1. 转换漏斗
 - 1.6.2. 促进电子商务
 - 1.6.3. 度量衡
 - 1.6.4. 电子商务平台
- 1.7. 数字战略
 - 1.7.1. 社交媒体的传播策略。共同创建内容
 - 1.7.2. 内容营销和影响力
 - 1.7.3. 支持治疗领域领导的数字营销
 - 1.7.4. 患者协会
- 1.8. 设计数字程序
 - 1.8.1. 目标的定义
 - 1.8.2. 支持品牌战略的计划: disease awareness, switching 和 engagement
 - 1.8.3. 数字营销和销售网络
 - 1.8.4. 目标
- 1.9. 数据分析和人工智能
 - 1.9.1. 制药行业的大数据应用
 - 1.9.2. 支持诊断的人工智能工具
 - 1.9.3. 支持患者管理的人工智能工具
 - 1.9.4. 最新消息
- 1.10. 其他技术
 - 1.10.1. 电子记录和数据收集
 - 1.10.2. Web 3 和代币经济的新趋势。对制药业的影响
 - 1.10.3. 虚拟、增强和混合现实
 - 1.10.4. 元宇宙

模块 2. 领土上的商业计划

- 2.1. 业务计划
 - 2.1.1. 什么是商业计划?
 - 2.1.2. 业务计划的宗旨和目标
 - 2.1.3. 制定商业计划为何重要
 - 2.1.4. 何时制定商业计划
- 2.2. 制药业的背景
 - 2.2.1. 制药业的结构状况
 - 2.2.2. 制定行动计划的关键人物和部门
 - 2.2.3. 总局
 - 2.2.3.1. 销售管理
 - 2.2.3.2. 市场部
 - 2.2.3.3. 医务部
 - 2.2.3.4. 财务部
 - 2.2.3.5. 监管部
 - 2.2.4. 制药业当前面临的挑战
- 2.3. 确定商业计划的阶段
 - 2.3.1. 确定目标
 - 2.3.2. 产品描述:关键属性
 - 2.3.3. 制定计划所需信息
 - 2.3.4. 与战略保持一致
 - 2.3.5. 确定时间
 - 2.3.6. 定义资源
 - 2.3.7. 确立成果
- 2.4. 业务和营销计划
 - 2.4.1. 制定计划的商业资源
 - 2.4.2. 根据我们的目标选择计划
 - 2.4.3. 营销战略:协调
 - 2.4.4. 以营销资源为杠杆
- 2.5. 客户分析
 - 2.5.1. 客户关系管理
 - 2.5.2. 确定客户需求
 - 2.5.3. 与客户沟通
 - 2.5.4. 结论
- 2.6. 竞争分析
 - 2.6.1. 市场细分
 - 2.6.2. 产品竞争分析
 - 2.6.3. 相对于竞争对手的商业战略
 - 2.6.4. 扩建计划
 - 2.6.5. 国防计划
- 2.7. 商业计划的经济分析
 - 2.7.1. 估算成本和目标
 - 2.7.2. 投资来源和策略
 - 2.7.3. 财务风险分析
 - 2.7.4. 投资回报评估
- 2.8. 业务计划的实施和监测
 - 2.8.1. 业务计划议程
 - 2.8.2. 根据演变情况监测进程和审查机制
 - 2.8.3. KPI:客观绩效指标
 - 2.8.4. 结论
- 2.9. 业务计划的最终分析
 - 2.9.2. 遵守最后期限
 - 2.9.3. 结果分析
 - 2.9.4. 预算分析
- 2.10. 医药生物技术营销计划
 - 2.10.1. 市场分析
 - 2.10.2. 权限
 - 2.10.3. 目标受众
 - 2.10.4. 品牌定位

模块 3. 制药和生物技术行业的战略管理

- 3.1. 市场进入战略
 - 3.1.1. 市场调研
 - 3.1.2. 战略合作伙伴
 - 3.1.3. 最常用的策略
 - 3.1.4. 监测和适应
- 3.2. 制药企业的战略管理
 - 3.2.1. 战略管理的层次
 - 3.2.2. 创新
 - 3.2.3. 内容
 - 3.2.4. 采购
- 3.3. 企业的价值创造
 - 3.3.1. 企业创造价值的 6 种类型
 - 3.3.2. 公司业绩
 - 3.3.3. 行业实例
 - 3.3.4. 结论
- 3.4. 制药和生物技术商业环境
 - 3.4.1. VUCA 环境
 - 3.4.2. PESTEL 分析
 - 3.4.3. 波特五力分析法
 - 3.4.4. DAFO 分析
- 3.5. 内部分析
 - 3.5.1. 价值链分析
 - 3.5.2. 资源和能力分析
 - 3.5.3. VRIO 分析
 - 3.5.4. 结论
- 3.6. 战略业务单位战略
 - 3.6.1. 战略业务部
 - 3.6.2. 竞争优势
 - 3.6.3. 按竞争优势划分的战略类型
 - 3.6.4. 结论



- 3.7. 企业战略和多元化
 - 3.7.1. 公司战略
 - 3.7.2. 业务组合战略
 - 3.7.3. 增长战略
 - 3.7.4. 最常用的策略
- 3.8. 国际化战略
 - 3.8.1. 公司的国际战略
 - 3.8.2. 经济全球化
 - 3.8.3. 国际化的风险
 - 3.8.4. 内部化的好处
- 3.9. 战略联盟、收购和兼并
 - 3.9.1. 外部增长战略与内部增长战略
 - 3.9.2. 制药业联盟
 - 3.9.3. 行业兼并
 - 3.9.4. 部门收购
- 3.10. 道德与企业社会责任
 - 3.10.1. 商业道德
 - 3.10.2. 环境可持续性
 - 3.10.3. 社会责任社会责任
 - 3.10.4. 可持续生态学

“

你将享受到教育领域最新的学术内容, 这些内容以创新的多媒体形式提供, 以优化你的学习”

05 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。



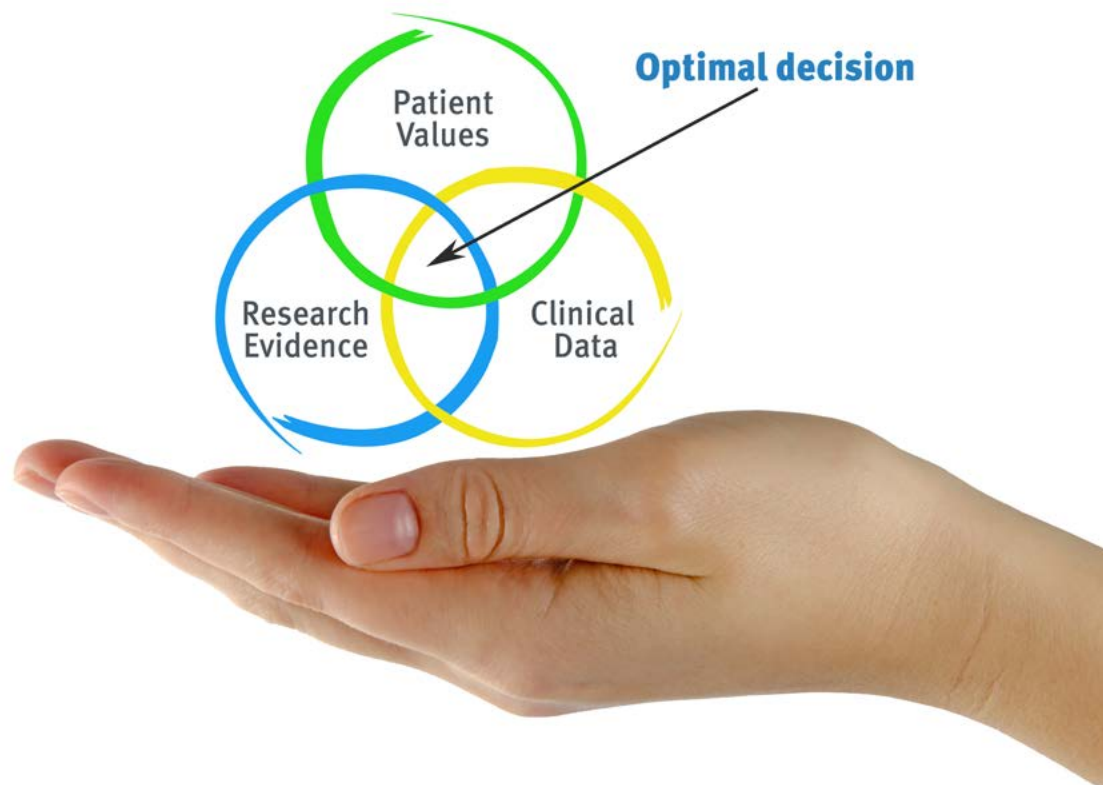
“

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护理学院,我们使用案例法

在具体特定情况下,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。护士们随着时间的推移,学习得更好,更快,更持久。

在TECH,护士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Gérvas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,试图重现护理实践中的实际问题。

“

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. 遵循这种方法的护士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. 学习内容牢固地嵌入到实践技能中, 使护理专业人员能够在医院或初级护理环境中更好地整合知识。
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。



护士将通过真实的案例并在模拟学习中解决复杂情况来学习。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175000名护士,取得了空前的成功在所有的专业实践领域都是如此。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大学项目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。



护理技术和程序的视频

TECH使学生更接近最新的技术,最新的教育进展和当前的护理技术的最前沿。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的,以促进学生的同化和理解。最重要的是,你可以随心所欲地观看它们。



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。





06 学位

制药生物科技护理数字营销专科文凭除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH 科技大学颁发的专科文凭学位证书。





“

无需旅行或繁琐的程序,即可成功通过此课程并获得大学学位”

这个**制药生物科技护理数字营销专科文凭**包含了市场上最完整和最新的科学课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**专科文凭**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在专科文凭获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位: **制药生物科技护理数字营销专科文凭**

模式: **在线**

时长: **6个月**



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 创新
知识 网页 培 质量
网上教室 发展 语言 机构

tech 科学技术大学

专科文凭
制药生物科技护理
数字营销

- » 模式:在线
- » 时长:6个月
- » 学位:TECH 科技大学
- » 课程表:自由安排时间
- » 考试模式:在线

专科文凭

制药生物科技护理数字营销