

Certificat Avancé

Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique



Certificat Avancé

Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique

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

Accès au site web: www.techtute.com/fr/pharmacie/diplome-universite/diplome-universite-strategies-marketing-appliquees-industrie-pharmaceutique

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

L'exécution correcte des Stratégies de Marketing dans le domaine pharmaceutique permet de capter l'attention du public cible, de communiquer les avantages du produit et d'établir des liens avec les consommateurs. Ainsi, en orientant leurs efforts vers les besoins du marché, les entreprises pharmaceutiques peuvent influencer la demande et susciter l'intérêt pour leurs produits. Compte tenu du niveau élevé de la concurrence, il est important que les professionnels du secteur soient en mesure d'appliquer les dernières tendances en matière de développement et d'exécution de campagnes de promotion et de marketing. C'est pourquoi TECH a conçu un programme complet dans un format 100% en ligne, qui offre au spécialiste la flexibilité d'y accéder à tout moment et en tout lieu à partir de n'importe quel appareil doté d'une connexion Internet.



“

Élargissez vos connaissances des principes fondamentaux du Marketing pharmaceutique grâce à cette qualification exclusive que seule TECH peut vous offrir”

Un Marketing bien mené dans l'Industrie Pharmaceutique contribue à augmenter les ventes d'une entreprise et à susciter la préférence des consommateurs pour ses produits. Grâce à des stratégies telles que les promotions de lancement, les campagnes publicitaires persuasives et les programmes de fidélisation, les entreprises Pharmaceutiques parviennent à accroître leur part de marché.

C'est pourquoi la figure du pharmacien spécialisé en Marketing devient indispensable dans la recherche du succès commercial. Être à la pointe des dernières techniques publicitaires lui permettra d'identifier les opportunités, de détecter les tendances et d'anticiper les changements. C'est ainsi qu'est né ce Certificat Avancé en Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique.

Il s'agit d'un programme qui permet au professionnel, pendant 6 mois, d'approfondir l'élaboration d'un plan d'entreprise, la bonne gestion des processus de marketing et d'obtenir une vue d'ensemble du consommateur. En ce sens, le diplômé aura accès à une série de matériels multimédias tels que des résumés vidéo et des lectures spécialisées, stockés dans une bibliothèque virtuelle, accessible à tout moment et en tout lieu, 24 heures sur 24, sans aucune restriction.

Ce **Certificat Avancé en Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Pharmacie
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Vous appliquerez avec succès la méthodologie SMART et augmenterez les ventes de votre Pharmacie"

“

Avec cette formation universitaire, vous développerez une Stratégie de Marketing efficace appliquée à l'Industrie Pharmaceutique"

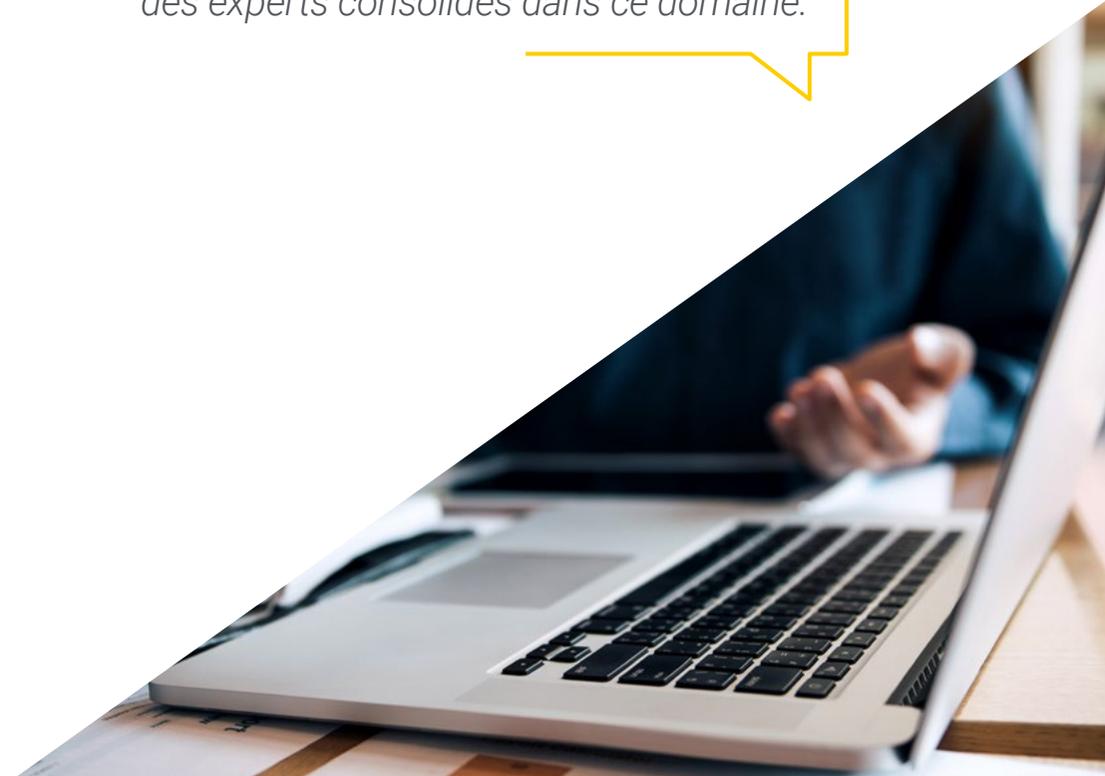
Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Grâce à ce programme, vous améliorerez vos compétences en matière d'analyse de marché et développerez des lignes d'action beaucoup plus efficaces dans le secteur pharmaceutique.

Vous augmenterez vos compétences dans le domaine du Marketing care grâce au programme le plus avancé créé par des experts consolidés dans ce domaine.



02 Objectifs

L'objectif de ce Certificat Avancé est de fournir aux pharmaciens une mise à jour complète sur les Stratégies de Marketing les plus avant-gardistes et les plus perturbatrices utilisées dans l'Industrie Pharmaceutique. De cette façon, les professionnels augmenteront leurs compétences dans la création de plans stratégiques pour la promotion des produits pharmacologiques et tous les éléments pertinents pour la réalisation des objectifs de marketing et de vente. Afin de faciliter ce processus d'actualisation, TECH fournit un syllabus élaboré par de véritables experts.



“

Vous adapterez parfaitement vos actions promotionnelles en tenant compte des tendances et des changements d'habitudes des consommateurs dans le domaine de la santé”



Objectifs généraux

- ◆ Acquérir des connaissances spécialisées dans l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie de l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Se plonger dans les derniers développements de l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Comprendre la structure et le fonctionnement de l'Industrie Pharmaceutique
- ◆ Comprendre l'environnement concurrentiel de l'industrie pharmaceutique
- ◆ Comprendre les concepts et les méthodologies de l'étude de marché
- ◆ Utiliser les technologies et les outils d'étude de marché
- ◆ Développer des compétences commerciales spécifiques à l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Comprendre le cycle de vente dans l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Analyser le comportement des clients et les besoins du marché
- ◆ Développer des compétences en leadership
- ◆ Comprendre les aspects spécifiques de la Gestion dans l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Appliquer les techniques de gestion de projet
- ◆ Comprendre les principes et les bases du Marketing dans l'industrie Pharmaceutique





Objectifs spécifiques

Module 1. Plan de Marketing pharmaceutique

- ◆ Approfondir les fondamentaux du Marketing pharmaceutique
- ◆ Développer des compétences en matière d'élaboration et de suivi de plans Marketing
- ◆ Approfondir les caractéristiques et les besoins des clients de l'Industrie Pharmaceutique

Module 2. Gestion du Marketing appliquée à l'industrie Pharmaceutique

- ◆ Introduire les principes et les bases du Marketing dans l'industrie Pharmaceutique
- ◆ Développer des compétences dans la gestion des produits pharmaceutiques
- ◆ Aborder l'utilisation des outils et des techniques de Marketing numérique

Module 3. Le consommateur

- ◆ Approfondir la compréhension du comportement des consommateurs
- ◆ Analyser les différents segments du marché
- ◆ Étudier les tendances et les changements dans les habitudes des consommateurs
- ◆ Appliquer les techniques d'étude des marchés



Vous entrerez dans le Marketing des composants nutritionnels et hospitaliers grâce au meilleur matériel didactique"

03

Direction de la formation

Dans son engagement pour la qualité de ses programmes, TECH a réuni une excellente équipe d'enseignants composée de spécialistes dans le domaine de l'industrie pharmaceutique et du Marketing. Grâce à leurs connaissances approfondies, les diplômés auront la garantie d'accéder à une qualification conforme à leurs besoins d'actualisation des connaissances entre les mains de grands spécialistes. De plus, la proximité du corps enseignant vous permettra de lever tous les doutes que vous pourriez avoir sur le contenu de ce programme.





“

Actualisez vos connaissances grâce à un programme conçu par des experts du secteur pharmaceutique, où vous apprendrez à utiliser les stratégies de paiement par clic pour optimiser vos résultats”

Direction



M. Calderón, Carlos

- ◆ Directeur du Marketing et de la Publicité chez Industries Farmacéutiques Puerto Galiano S.A.
- ◆ Consultant en Marketing et Publicité à Expérience MKT
- ◆ Directeur du Marketing et de la Publicité chez Marco Aldany
- ◆ CEO et directeur de la création chez *C&C Advertising*
- ◆ Directeur du Marketing et de la Publicité chez Elsevier
- ◆ Directeur Créatif chez CPM Consultant en Publicité et Marketing
- ◆ Technicien en Publicité au CEV à Madrid



M. Expósito Esteban, Alejandro

- ◆ Directeur Numérique de *Innovation et des Opérations Commerciales au sein du Groupe Merck*
- ◆ Directeur du Numérique et des Nouvelles Technologies chez McDonalds Espagne
- ◆ Directeur des Alliances et des Canaux chez *Microma The Service Group*
- ◆ Directeur des Services Après-Vente chez *Pc City Spain S.A.U.*

Professeurs

M. Rodríguez Muñoz, Rubén

- ◆ Directeur du Marketing des Vaccins chez GSK
- ◆ Directeur des Vaccins pour Adultes et Leader du Lancement chez GSK
- ◆ *Market Access Manager chez Baxter International Inc*
- ◆ Directeur de la santé du territoire chez Bayer
- ◆ *Product Manager chez Bayer*
- ◆ Licence en Publicité et Relations Publiques à *l'ESIC Business School*
- ◆ Master en Gestion Commerciale et Marketing d'Industrie Pharmaceutique du Centre d'Études Supérieures de l'Industrie Pharmaceutique (CESIF)
- ◆ Master en Évaluation de la santé et Accès au Marché (Pharmacoéconomie) de l'Université Carlos III de Madrid

M. González Suárez, Hugo

- ◆ Digital & Product Marketing Manager chez Labo ERN S.A.
- ◆ Product Marketing and Project Manager chez Amgen
- ◆ Licence en Biochimie et Pharmacologie de l'Université Internationale de Cambridge
- ◆ Master en Marketing du Centre d'Études Supérieures de l'Industrie Pharmaceutique (CESIF)
- ◆ Master en Administration des Affaires de *l'ESNECA Business School*

M. Cuadrado, Juan

- ◆ *Brand Manager & Adult Vaccination Lead chez GSK*
- ◆ *Product Manager COVID-19 Therapeutics chez GSK*
- ◆ Multichannel Marketing chez GSK
- ◆ *Product Manager chez Cantabria Labs Spain*
- ◆ Medical Affairs Trainee chez GSK
- ◆ Licence en Pharmacie de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ MRes en Découverte et Développement de Médicaments par l'Imperial College London

04

Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique présente un programme qui permettra aux étudiants de développer, du début à la fin, un plan complet de promotion et de vente dans différents canaux. Le tout dans une perspective théorique et pratique et avec le meilleur matériel pédagogique multimédia. En outre, grâce à la mise en œuvre de la méthode *Relearning*, le diplômé réduira le nombre d'heures d'étude et renforcera la compréhension des concepts déterminants à long terme.



“

Avec la méthode Relearning, vous optimisez votre étude et évitez de passer de longues heures à vous concentrer sur les concepts les plus pertinents”

Module 1. Plan de Marketing pharmaceutique

- 1.1. Base du plan de Marketing pharmaceutique
 - 1.1.1. Analyse de l'environnement
 - 1.1.2. Opportunités
 - 1.1.3. Menaces
 - 1.1.4. Mise en œuvre
- 1.2. Les objectifs du plan Marketing
 - 1.2.1. Objectifs SMART
 - 1.2.2. Objectifs de pénétration du marché
 - 1.2.3. Objectifs de croissance des ventes
 - 1.2.4. Objectif de fidélisation de la clientèle
- 1.3. La stratégie globale du plan Marketing
 - 1.3.1. Définition de la vision
 - 1.3.2. Fixation des objectifs
 - 1.3.3. Outils du plan Marketing
 - 1.3.4. Conclusions
- 1.4. Marketing OTC
 - 1.4.1. Analyse du marché des produits OTC
 - 1.4.2. Développement de la stratégie
 - 1.4.3. Conception de l'emballage
 - 1.4.4. Développement de la Stratégie d'expansion
- 1.5. Marketing des *consumer care*
 - 1.5.1. *Branding*
 - 1.5.2. Utilisation du Marketing Numérique
 - 1.5.3. Définition des Stratégies clés
 - 1.5.4. Conclusions
- 1.6. Marketing médical
 - 1.6.1. Besoins spécifiques
 - 1.6.2. Relations publiques
 - 1.6.3. Gestion des conférences médicales
 - 1.6.4. Stratégies pour les cliniques
- 1.7. Commercialisation des composants nutritionnels
 - 1.7.1. Mesure des performances
 - 1.7.2. Tendances du Marketing nutritionnel
 - 1.7.3. Progrès en matière de Marketing nutritionnel
 - 1.7.4. Conclusions





- 1.8. Marketing des produits génériques
 - 1.8.1. Mesure des performances
 - 1.8.2. *Branding* et étiquetage
 - 1.8.3. PPV
 - 1.8.4. Conclusion
- 1.9. Marketing des produits hospitaliers
 - 1.9.1. Identifier le marché cible
 - 1.9.2. Collaboration avec les fournisseurs
 - 1.9.3. Démonstrations
 - 1.9.4. Conclusion
- 1.10. Marketing numérique dans l'industrie Pharmaceutique
 - 1.10.1. Optimisation des moteurs de recherche
 - 1.10.2. PPC
 - 1.10.3. Stratégies de Marketing mobile
 - 1.10.4. Email Marketing

Module 2. Gestion du Marketing appliquée à l'industrie pharmaceutique

- 2.1. Communication
 - 2.1.1. Communication efficace et effective
 - 2.1.2. Participation aux événements
 - 2.1.3. Équipe communicative
 - 2.1.4. Communication interne
- 2.2. Publicité
 - 2.2.1. Annonces imprimées
 - 2.2.2. Annonces télévisées
 - 2.2.3. Publicité à la radio
 - 2.2.4. Annonces dans les médias sociaux
- 2.3. Marketing direct
 - 2.3.1. Le publipostage
 - 2.3.2. Messagerie textuelle
 - 2.3.3. Appels téléphoniques
 - 2.3.4. Programmes de fidélisation
- 2.4. Le Marketing électronique
 - 2.4.1. Marketing des partenaires
 - 2.4.2. Marketing de contenu
 - 2.4.3. Publicité en ligne

- 2.5. Étude des tendances du marché
 - 2.5.1. Innovations technologiques
 - 2.5.2. Changements épidémiologiques
 - 2.5.3. Accès aux marchés émergents
 - 2.5.4. Numérisation dans le domaine de la santé
- 2.6. Différenciation
 - 2.6.1. Médicaments innovants
 - 2.6.2. Formulations améliorées
 - 2.6.3. Approche de la sécurité
 - 2.6.4. Services d'aide aux patients
- 2.7. Campagnes de publicité
 - 2.7.1. *Got Milk*
 - 2.7.2. *Share a Coke*
 - 2.7.3. *The Truth*
 - 2.7.4. *Like a Girl*
- 2.8. Création de contenu
 - 2.8.1. Publications scientifiques
 - 2.8.2. Matériel pédagogique
 - 2.8.3. Contenu en ligne
 - 2.8.4. Séminaires en ligne
- 2.9. Besoins des consommateurs
 - 2.9.1. Sécurité
 - 2.9.2. Efficacité
 - 2.9.3. Qualité
 - 2.9.4. Accessibilité
- 2.10. Comportement des consommateurs
 - 2.10.1. Problèmes de santé
 - 2.10.2. Influence de la médecine
 - 2.10.3. Recherche d'informations
 - 2.10.4. Expériences antérieures

Module 3. Le consommateur

- 3.1. Connaître le consommateur
 - 3.1.1. Analyse des données de vente
 - 3.1.2. Profil du consommateur
 - 3.1.3. Recherche sur l'opinion publique
 - 3.1.4. Étude sur la satisfaction des clients
- 3.2. L'évolution de la demande
 - 3.2.1. Vieillesse de la population
 - 3.2.2. Sensibilisation à la santé
 - 3.2.3. Développements technologiques
 - 3.2.4. La médecine préventive
- 3.3. Une communication efficace
 - 3.3.1. Messages clairs
 - 3.3.2. Informations scientifiques
 - 3.3.3. Transparence
 - 3.3.4. Communication à double sens
- 3.4. Expérience antérieure
 - 3.4.1. Fabrication de produits Pharmaceutiques
 - 3.4.2. Pharmacovigilance
 - 3.4.3. Remboursement
 - 3.4.4. Analyse des données
- 3.5. Accessibilité des produits
 - 3.5.1. Emballage du produit
 - 3.5.2. Informations en braille
 - 3.5.3. Conditionnement en doses unitaires
 - 3.5.4. Adaptation des formats
- 3.6. Éducation des consommateurs
 - 3.6.1. Promotion de l'adhésion
 - 3.6.2. Utilisation sûre des médicaments en vente libre
 - 3.6.3. Éducation sur les maladies chroniques
 - 3.6.4. Effets secondaires

- 3.7. Développement de produits
 - 3.7.1. Développement préclinique
 - 3.7.2. Essais cliniques
 - 3.7.3. Fabrication
 - 3.7.4. *Packaging* et étiquetage
- 3.8. La relation médecin-patient
 - 3.8.1. Informations pour les parents sur le diagnostic suspecté
 - 3.8.2. Communication transparente
 - 3.8.3. Prise de décision partagée
 - 3.8.4. Respect et empathie
- 3.9. Responsabilité sociale
 - 3.9.1. Éthique
 - 3.9.2. Responsabilités sociale
 - 3.9.3. Durabilité environnementale
 - 3.9.4. Transparence et responsabilité
- 3.10. Influence technologique
 - 3.10.1. Recherche et développement
 - 3.10.2. Médecine de précision
 - 3.10.3. Sécurité des données
 - 3.10.4. Apprentissage automatique

“ Avec *TECH*, vous pourrez identifier votre marché cible et établir des partenariats avec des fournisseurs stratégiques pour consolider votre position dans le secteur pharmaceutique ”

05

Méthodologie

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



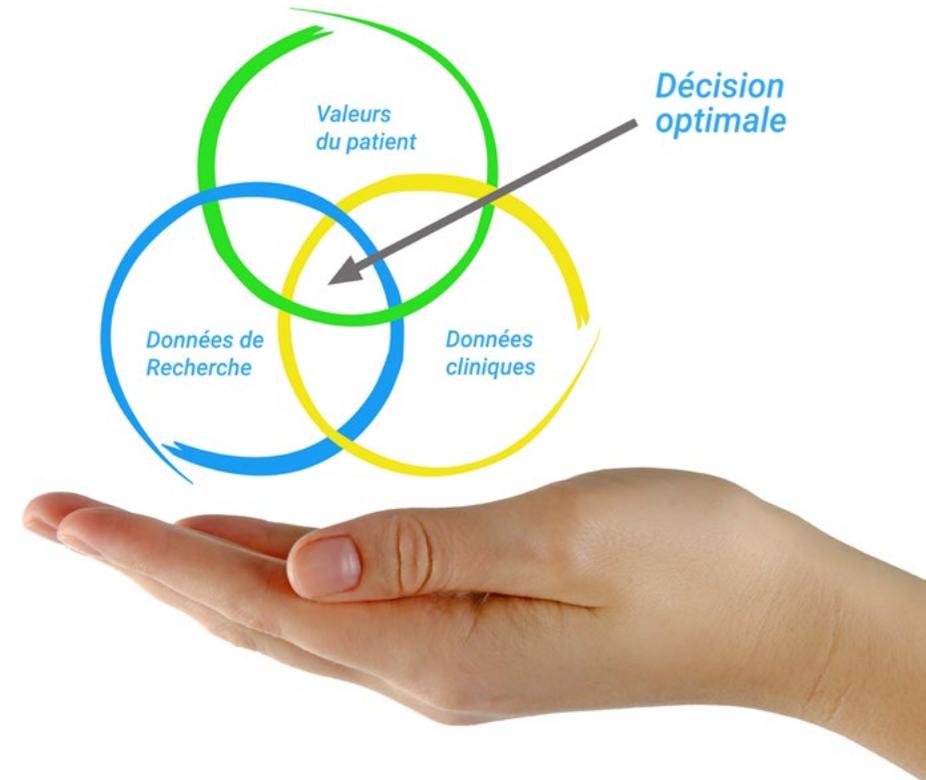
“

Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas cliniques simulés, basés sur des patients réels, dans lesquels ils devront enquêter, établir des hypothèses et enfin résoudre la situation. Il existe de nombreuses preuves scientifiques de l'efficacité de cette méthode. Les pharmaciens apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement au fil du 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 basé sur la vie professionnelle actuelle, en essayant de recréer les conditions réelles de la pratique professionnelle du pharmacien.

“

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 acquis fondamentaux:

1. Les pharmaciens 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 investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.



Relearning Methodology

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

Notre Université est la première au monde à combiner l'étude de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique et combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque cours. Ceci représente une véritable révolution par rapport à une simple étude et analyse de cas.

Le pharmacien 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 pour faciliter l'apprentissage immersif.



Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone (Columbia University). La méthode Relearning, à la pointe de la pédagogie mondiale, a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études.

Grâce à cette méthodologie, plus de 115.000 pharmaciens ont été formés avec un succès sans précédent dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Cette méthodologie pédagogique est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps d'étudiants universitaires au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, 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.



Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les pharmaciens spécialisés qui vont enseigner le cours, spécifiquement pour le cours, de sorte que le développement didactique est vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. 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 en vidéo

TECH rapproche les étudiants des dernières techniques, des dernières avancées en matière d'éducation, de l'avant-garde des procédures actuelles de soins pharmaceutiques. Tout cela, à la première personne, avec la plus grande rigueur, expliqué et détaillé pour contribuer à l'assimilation et à la compréhension. 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.

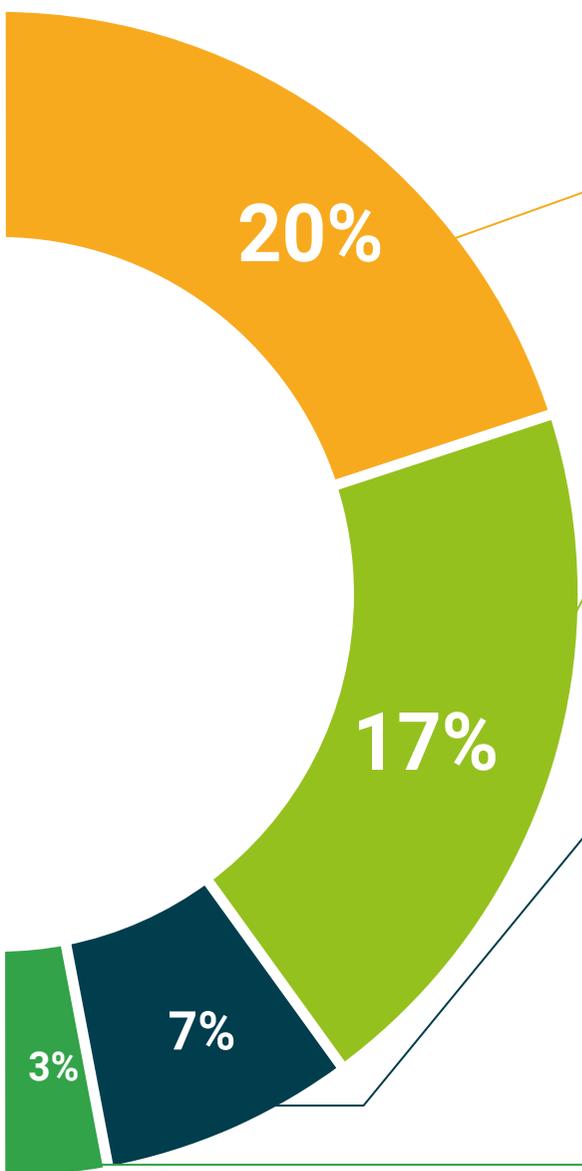
Ce système éducatif exclusif pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



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 des développements de cas réels dans lesquels l'expert vous guidera dans le développement de l'attention 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 Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir à
vous soucier des déplacements ou des
formalités administratives”*

Ce **Certificat Avancé en Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique** contient le programme scientifique le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat Avancé** délivrée par **TECH Université Technologique**

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du **Certificat Avancé**, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Stratégies de Marketing Appliquées à l'Industrie Pharmaceutique**

Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

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

Stratégies de Marketing
Appliquées à l'Industrie
Pharmaceutique

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

Certificat Avancé
Stratégies de Marketing
Appliquées à l'Industrie
Pharmaceutique