

# محاضرة جامعية خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية



الجامعة  
التكنولوجية  
**tech**

## محاضرة جامعية خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية

- « طريقة الدراسة: عبر الإنترنت
- « مدة الدراسة: 6 أسابيع
- « المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: عبر الإنترنت

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: [www.techitute.com/ae/pharmacy/postgraduate-certificate/marketing-plan-pharmaceutica-industry](http://www.techitute.com/ae/pharmacy/postgraduate-certificate/marketing-plan-pharmaceutica-industry)

# الفهرس

02

الأهداف

ص. 8

01

المقدمة

ص. 4

05

منهجية الدراسة

ص. 20

04

الهيكل والمحتوى

ص. 16

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

ص. 12

06

المؤهل العلمي

ص. 28

# المقدمة

لا تكمن الإمكانيات الكبيرة لصناعة الأدوية في فوائد منتجاتها الخاصة على صحة الناس فحسب، بل تكمن أيضًا في استراتيجيات التسويق العظيمة التي ابتكرتها. لهذا السبب، من الضروري للصيادلة أن يكونوا على اطلاع على أحدث الاتجاهات في هذا المجال، وإدماج الأدوات الرقمية لتحليل السوق أو وسائل الاتصال المختلفة. هذا هو خط التفكير في هذه الدرجة العلمية 100% عبر الإنترنت من TECH. برنامج يجمع بشكل مثالي بين مجموعة كبيرة من المحتوى التعليمي عالي الجودة في مجال التسويق وطريقة إعادة التعلم Relearning التي تتيح للخريج ترسيخ المفاهيم التي تم تناولها بطريقة بسيطة ودائمة. عملية تحديث ممتازة مع متخصصين في هذا المجال.

ستتيح لك هذه المحاضرة الجامعية في 6 أسابيع فقط أن تكون على دراية بأحدث التقنيات الفعالة في وضع خطط التسويق الدوائي“



تحتوي المحاضرة الجامعية في خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية على البرنامج العلمي الأكثر إكتمالاً وحدثة في السوق. أبرز خصائصه هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في الصيدلة
- ♦ محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات العلمية والعملية حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزه الخاص على المنهجيات المبتكرة
- ♦ دروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

توفر خطة التسويق إطارًا للتقييم لقياس أداء وأثر الإجراءات المتخذة، مما يسمح بإجراء تعديلات وتحسينات مستمرة على العملية الجارية، أو للمشاريع المستقبلية. على هذا النحو، فقد أصبحت أداة استراتيجية أساسية لتعزيز الكفاءة والنجاح في مجال المستحضرات الصيدلانية. من هذا المنطلق، من الضروري أن يكون المحترف في هذا القطاع على دراية بآخر المستجدات فيما يتعلق بتطوير وتعريف الاستراتيجيات.

في مواجهة هذا الواقع، يجب على الصيدلي أن يتقن الترويج للمنتجات من خلال قنوات الاتصال المختلفة الموجودة، مع تحليل مسبق للسوق واستخدام أكثر تقنيات الإقناع فعالية. بالتالي، ولدت هذه المحاضرة الجامعية في خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية، والتي ستسمح للخريجين بتحديد استراتيجيتهم من البداية إلى النهاية وتنفيذها بنجاح في هذا القطاع.

هذا البرنامج الذي ستدرس فيه بتعمق تعريف الأهداف، وتسويق رعاية المستهلك consumer care، والمستشفيات، والمنتجات العامة، والمكونات الغذائية، وإنشاء العلامات التجارية Branding. أصبح هذا المحتوى المحدّث أكثر جاذبية بفضل موارد تدريس الوسائط المتعددة ونظام إعادة التعلم Relearning الذي يساعد على ترسيخ المفاهيم التي يتم تناولها وتقليل ساعات الدراسة الطويلة.

بالتالي، يواجه المحترفون درجة جامعية تمنحهم منهجية الدراسة 100% عبر الإنترنت المرنة اللازمة للتوفيق بين أنشطتهم اليومية والخيار الأكاديمي عالي المستوى. كل ما تحتاجه هو جهاز الإلكترونيات متصل بالإنترنت لعرض المحتوى المستضاف على المنصة الافتراضية في أي وقت من اليوم.



بفضل هذه الشهادة الجامعية ستكون على دراية  
تامة بتطبيق استراتيجية SMART لتعريف خطط  
التسويق“

بفضل هذا البرنامج المتاح 100% عبر الإنترنت  
ستكون على اطلاع دائم بتقنيات تحليل  
السوق للمنتجات التي لا تحتاج إلى وصفة  
طبية.

احصل على تحديث كامل حول أفضل أدوات التسويق  
المستخدمة في قطاع الأدوية

” خيار أكاديمي مرّن مع 150 ساعة من المعلومات  
الدقيقة والمحدّثة حول خطط التسويق في صناعة  
الأدوية“

البرنامج يضم في أعضاء هيئة تدريسه محترفين يجلبون إلى هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريباً غامراً مبرمجاً للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلّم القائم على المشكلات، والذي يجب على المهني من خلاله محاولة حل مختلف مواقف الممارسة المهنية التي تنشأ على طول المقرر الأكاديمي. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

# الأهداف

تهدف هذه المحاضرة الجامعية إلى زيادة كفاءات الميادلة في تطوير استراتيجيات التسويق في قطاعهم. لتحقيق هذا الهدف، توفر TECH العديد من المواد التعليمية التي وظيفت فيها أحدث التقنيات المستخدمة في البانوراما الأكاديمية الحالية. يمكن للخريجين أيضاً الوصول إلى أعضاء هيئة التدريس المتخصصين للإجابة عن أي أسئلة قد تكون لديهم حول محتوى هذا البرنامج.

ستسمح لك دراسات الحالة بالتعرّف عن كثب وبصورة  
حقيقية على استراتيجيات التسويق الفعّالة في صناعة  
“الأدوية”





## الأهداف العامة

- ♦ اكتساب المعرفة المتخصصة في صناعة الأدوية
- ♦ التعمق بالصناعة الدوائية
- ♦ الخوض في آخر التطورات في صناعة الأدوية
- ♦ فهم هيكل وطريقة عمل صناعة الأدوية
- ♦ فهم البيئة التنافسية لصناعة الأدوية
- ♦ فهم مفاهيم ومنهجيات أبحاث السوق
- ♦ استخدام تقنيات وأدوات أبحاث السوق
- ♦ تطوير مهارات البيع الخاصة بصناعة الأدوية
- ♦ فهم دورة المبيعات في صناعة الأدوية
- ♦ تحليل سلوك العملاء واحتياجات السوق
- ♦ تطوير المهارات القيادية
- ♦ فهم الجوانب المحددة للإدارة في صناعة الأدوية
- ♦ تطبيق تقنيات إدارة المشاريع
- ♦ فهم مبادئ وأساسيات التسويق في مجال صناعة الأدوية

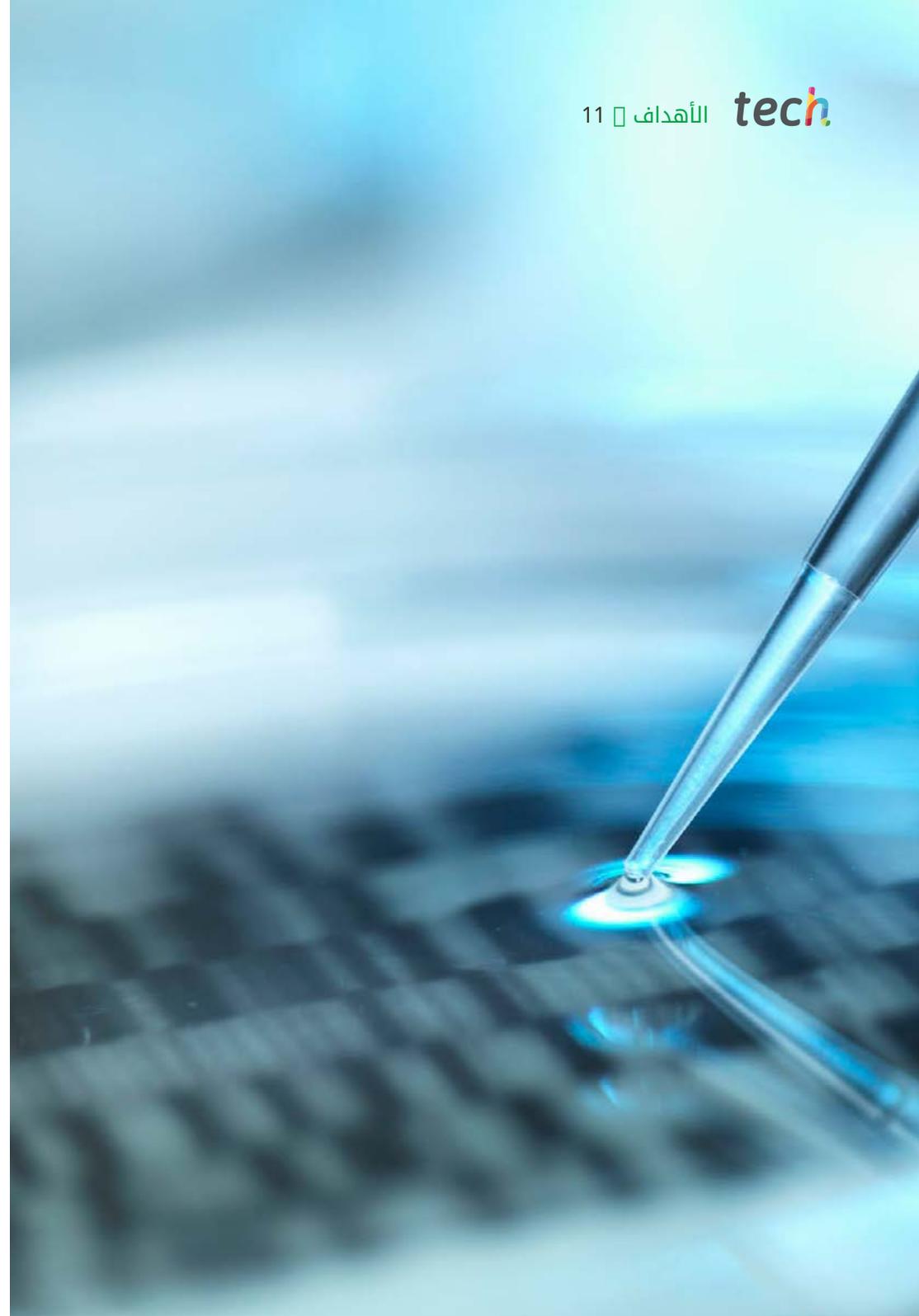


## الأهداف المحددة

- ♦ تعميق أساسيات تسويق الأدوية.
- ♦ تطوير المهارات في وضع الخطط التسويقية.
- ♦ الخوض في خصائص واحتياجات العملاء في مجال صناعة الأدوية.



تعمّق في تقنيات قياس الأداء التي يستخدمها  
كبار خبراء التسويق وقتما تشاء، من جهاز  
الكمبيوتر الخاص بك المتصل بالإنترنت“



# هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

تدمج TECH خبراء معترف بهم وذوي خبرة في مجالات تخصصهم في جميع برامجها من أجل تقديم محتوى عالي الجودة للطلاب. بالتالي، سيحظى المحترف في هذه المحاضرة الجامعية بمحتوى من الدرجة الأولى، تم تطويره من قبل متخصصين ذوي خبرة طويلة في مجال الأدوية والتسويق الرقمي. بهذه الطريقة، سيحظى الطلاب بضمان الحصول على تحديث كامل من شأنه أن يميز حياتهم المهنية في مجال صناعة الأدوية.

احصل على تحديث كامل في مجال التسويق  
الدوائي مع كبار الخبراء في هذا القطاع“



أ. Calderón, Carlos

- ♦ مدير التسويق والإعلان في شركة Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A
- ♦ استشاري تسويق وإعلان في Experiencia MKT
- ♦ مدير التسويق والدعاية والإعلان في Marco Aldany
- ♦ الرئيس التنفيذي والمدير الإبداعي في شركة C&C Advertising
- ♦ مدير التسويق والدعاية والإعلان في Elsevier
- ♦ المدير الإبداعي في شركة CPM للاستشارات الإعلان والتسويق
- ♦ تقني دعابة وإعلان من CEV في مدريد



## الأساتذة

### أ. Moreno Izquierdo, Juan Manuel

- ♦ مسؤول عن مجموعة كاملة من البدائل الحيوية والأدوية الجينية للمستشفيات في Iberia الرئيس التجاري
- ♦ الرئيس التنفيذي للتسويق في شركة Biogen
- ♦ مدير التسويق في شركة SNC
- ♦ ماجستير في التسويق والإدارة التجارية من المدرسة العليا لإدارة الأعمال والإدارة التجارية
- ♦ بكالوريوس في الاقتصاد من جامعة كارلوس الثالث بمدريد

اغتنم الفرصة للتعرف على أحدث التطورات في هذا الشأن لتطبيقها في ممارستك اليومية"



# الهيكل والمحتوى

تم تنظيم هذه المحاضرة الجامعية بهدف تقديم أحدث المفاهيم المتعلقة بوضع الخطط التسويقية المطبقة في مجال الأدوية خلال فترة 6 أسابيع. بهذه الطريقة، سيعتق الصيدلي في تحديد الأهداف والعلاقات العامة والعلامات التجارية Branding واتجاهات التسويق الغذائي وغيرها. كل ذلك، من خلال موارد تعليمية مثل القراءات المتخصصة والملخصات التفاعلية المستضافة في مكتبة افتراضية يمكن الوصول إليها على مدار 24 ساعة في اليوم، دون أي قيود على الإطلاق.



مع طريقة إعادة التعلم ستعزز معرفتك بطريقة بسيطة  
ودون الحاجة إلى بذل الكثير من الجهد“





## وحدة 1. خطة التسويق صيدلانية

- 1.1. أسس خطة تسويق الأدوية
  - 1.1.1. تحليل البيئة
    - 2.1.1. الفرص
    - 3.1.1. التهديدات
    - 4.1.1. التنفيذ
  - 2.1. أهداف خطة التسويق
    - 1.2.1. الأهداف الذكية
    - 2.2.1. أهداف اختراق السوق
    - 3.2.1. أهداف زيادة المبيعات
    - 4.2.1. هدف ولاء العملاء
- 3.1. الاستراتيجية العامة لخطة التسويق
  - 1.3.1. تعريف الرؤية
  - 2.3.1. تثبيت الأهداف
  - 3.3.1. أدوات خطة التسويق
  - 4.3.1. الاستنتاجات
- 4.1. التسويق خارج البورصة
  - 1.4.1. تحليل السوق المنتجات خارج البورصة
  - 2.4.1. تطوير استراتيجية
  - 3.4.1. تصميم العبوات
  - 4.4.1. تطوير استراتيجيات التوسع
- 5.1. تسويق رعاية المستهلك consumer care
  - 1.5.1. Branding خلق العلامة التجارية
  - 2.5.1. استخدام التسويق الرقمي
  - 3.5.1. تعريف الاستراتيجيات الرئيسية
  - 4.5.1. الاستنتاجات
- 6.1. التسويق الطبي
  - 1.6.1. الاحتياجات المحددة
  - 2.6.1. العلاقات العامة
  - 3.6.1. إدارة المؤتمرات الطبية
  - 4.6.1. استراتيجيات العيادات

- 7.1. تسويق المكونات الغذائية
  - 1.7.1. قياس الأداء
  - 2.7.1. اتجاهات التسويق الغذائي
  - 3.7.1. تقدم التسويق الغذائي
  - 4.7.1. الاستنتاجات
- 8.1. تسويق المنتجات الجينية
  - 1.8.1. تثقيف المستهلك
  - 2.8.1. خلق العلامة التجارية Branding والوسم
  - 3.8.1. PPV
  - 4.8.1. الاستنتاجات
- 9.1. تسويق منتجات المستشفيات
  - 1.9.1. تحديد السوق المستهدفة
  - 2.9.1. التعاون مع الموردين
  - 3.9.1. العروض التوضيحية
  - 4.9.1. الاستنتاجات
- 10.1. التسويق الرقمي في صناعة الأدوية
  - 1.10.1. تحسين محركات البحث
  - 2.10.1. الدفع مقابل النقر
  - 3.10.1. استراتيجيات التسويق عبر الهاتف
  - 4.10.1. التسويق عبر البريد الإلكتروني

بفضل هذه الدرجة العلمية ستتمكن من وضع  
مشروعك الصيدلاني في البيئات الرقمية“



# منهجية الدراسة

TECH هي أول جامعة في العالم تجمع بين منهجية دراسات الحالة مع التعلم المتجدد، وهو نظام تعلم 100% عبر الإنترنت قائم، قائم على التكرار الموجهتم تصميم هذه الاستراتيجية التربوية المبتكرة لتوفير الفرصة للمهنيين لتحديث معارفهم وتطوير مهاراتهم بطريقة مكثفة ودقيقة. نموذج تعلم يضع الطالب في مركز العملية الأكاديمية ويمنحه كل الأهمية، متكيفاً مع احتياجاته ومتخلياً عن المناهج الأكثر تقليدية

TECH تُعدُّك لمواجهة تحديات جديدة في بيئات غير  
مؤكدة وتحقيق النجاح في مسيرتك المهنية"



## الطالب: الأولوية في جميع برامج TECH

في منهجية الدراسة في TECH، يعتبر الطالب البطل المطلق. تم اختيار الأدوات التربوية لكل برنامج مع مراعاة متطلبات الوقت والتوافر والدقة الأكاديمية التي، في الوقت الحاضر، لا يطلبها الطلاب فحسب، بل أيضًا أكثر المناصب تنافسية في السوق مع نموذج TECH التعليمي غير المتزامن، يكون الطالب هو من يختار الوقت الذي يخصصه للدراسة، وكيف يقرر تنظيم روتينه، و كل ذلك من الجهاز الإلكتروني المفضل لديه. لن يحتاج الطالب إلى حضور دروس مباشرة، والتي غالبًا ما لا يستطيع حضورها. سيقوم بأنشطة التعلم عندما يناسبه ذلك سيستطيع دائمًا تحديد متى وأين يدرس

في TECH لن تكون لديك دروس مباشرة (والتي لا يمكنك حضورها أبدًا لاحقًا)"



## المناهج الدراسية الأكثر شمولاً على مستوى العالم

تتميز TECH بتقديم أكثر المسارات الأكاديمية اكتمالاً في المحيط الجامعي. يتم تحقيق هذه الشمولية من خلال إنشاء مناهج لا تغطي فقط المعارف الأساسية، بل تشمل أيضاً أحدث الابتكارات في كل مجال.

من خلال التحديث المستمر، تتيح هذه البرامج للطلاب البقاء على اطلاع دائم على تغييرات السوق واكتساب المهارات الأكثر قيمة لدى أصحاب العمل. وبهذه الطريقة، يحصل الذين يnehون دراساتهم في TECH الجامعة التكنولوجية على إعداد شامل يمنحهم ميزة تنافسية ملحوظة للتقدم في مساراتهم المهنية.

وبالإضافة إلى ذلك، سيتمكنون من القيام بذلك من أي جهاز، سواء كان حاسوباً شخصياً، أو جهازاً لوحياً، أو هاتفاً ذكياً.



نموذج TECH الجامعة التكنولوجية غير متزامن، مما يسمح لك بالدراسة باستخدام حاسوبك الشخصي، أو جهازك اللوحي، أو هاتفك الذكي أينما شئت، ومتى شئت، وللمدة التي تريدها"



## Case studies أو دراسات الحالة

كانت طريقة الحالة هي نظام التعلم الأكثر استخداماً من قبل أفضل الكليات في العالم. قد كان منهج الحالة النظام التعليمي الأكثر استخداماً من قبل أفضل كليات الأعمال في العالم. تم تطويره في عام 1912 لكي لا يتعلم طلاب القانون القوانين فقط على أساس المحتوى النظري، بل كان دوره أيضاً تقديم مواقف حقيقية معقدة لهم. وهكذا، يمكنهم اتخاذ قرارات وإصدار أحكام قيمة مبنية على أسس حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة Harvard.

مع هذا النموذج التعليمي، يكون الطالب نفسه هو الذي يبني كفاءته المهنية من خلال استراتيجيات مثل التعلم بالممارسة أو التفكير التصميمي، والتي تستخدمها مؤسسات مرموقة أخرى مثل جامعة ييل أو ستانفورد. سيتم تطبيق هذه الطريقة، الموجهة نحو العمل، طوال المسار الأكاديمي الذي سيخوضه الطالب مع TECH الجامعة التكنولوجية.

سيتم تطبيق هذه الطريقة الموجهة نحو العمل على طول المسار الأكاديمي الكامل الذي سيخوضه الطالب مع TECH. وبهذه الطريقة سيواجه مواقف حقيقية متعددة، وعليه دمج المعارف والبحث والمجادلة والدفاع عن أفكاره وقراراته. كل ذلك مع فرضية الإجابة على التساؤل حول كيفية تصرفه عند مواجهته لأحداث معقدة محددة في عمله اليومي.





## طريقة Relearning

في TECH، يتم تعزيز دراسات الحالة بأفضل طريقة تدريس عبر الإنترنت بنسبة 100% إعادة التعلم.

هذه الطريقة تكسر الأساليب التقليدية للتدريس لوضع الطالب في مركز المعادلة، وتزويده بأفضل المحتويات في صيغ مختلفة. بهذه الطريقة، يتمكن من مراجعة وتكرار المفاهيم الأساسية لكل مادة وتعلم كيفية تطبيقها في بيئة حقيقية.

وفي هذا السياق، وبناءً على العديد من الأبحاث العلمية، يعتبر التكرار أفضل وسيلة للتعلم. لهذا السبب، تقدم TECH بين 8 و16 تكرارًا لكل مفهوم أساسي داخل نفس الدرس، مقدمة بطرق مختلفة، بهدف ضمان ترسيخ المعرفة تمامًا خلال عملية الدراسة.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة باسم Relearning، التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تخصصك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

## حرم جامعي افتراضي 100% عبر الإنترنت مع أفضل الموارد التعليمية.

من أجل تطبيق منهجته بفعالية، يركز برنامج TECH على تزويد الخريجين بمواد تعليمية بأشكال مختلفة: نصوص، وفيديوهات تفاعلية، ورسوم توضيحية وخرائط معرفية وغيرها. تم تصميمها جميعًا من قبل مدرسين مؤهلين يركزون في عملهم على الجمع بين الحالات الحقيقية وحل المواقف المعقدة من خلال المحاكاة، ودراسة السياقات المطبقة على كل مهنة مهنية والتعلم القائم على التكرار من خلال الصوتيات والعروض التقديمية والرسوم المتحركة والصور وغيرها.

تشير الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب إلى أهمية مراعاة المكان والسياق الذي يتم فيه الوصول إلى المحتوى قبل البدء في عملية تعلم جديدة. إن القدرة على ضبط هذه المتغيرات بطريقة مخصصة تساعد الأشخاص على تذكر المعرفة وتخزينها في الحُصين من أجل الاحتفاظ بها على المدى الطويل. هذا هو نموذج التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي المعرفي العصبي، والذي يتم تطبيقه بوعي في هذه الدرجة الجامعية.

من ناحية أخرى، ومن أجل تفضيل الاتصال بين المرشد والمتدرب قدر الإمكان، يتم توفير مجموعة واسعة من إمكانيات الاتصال، سواء في الوقت الحقيقي أو المؤجل (الرسائل الداخلية، ومنتديات المناقشة، وخدمة الهاتف، والاتصال عبر البريد الإلكتروني مع مكتب السكرتير الفني، والدرشة ومؤتمرات الفيديو).

وبالمثل، سيسمح هذا الحرم الجامعي الافتراضي المتكامل للغاية لطلاب TECH بتنظيم جداولهم الدراسية وفقًا لتوافرهم الشخصي أو التزامات العمل. وبهذه الطريقة، سيتمكنون من التحكم الشامل في المحتويات الأكاديمية وأدواتهم التعليمية، وفقًا لتحديثهم المهني المتسارع.



سنسمح لك طريقة الدراسة عبر الإنترنت لهذا البرنامج بتنظيم وقتك ووتيرة تعلمك، وتكييفها مع جدولك الزمني“

### تُبرر فعالية المنهج بأربعة إنجازات أساسية:

1. الطلاب الذين يتبعون هذا المنهج لا يحققون فقط استيعاب المفاهيم، ولكن أيضاً تنمية قدراتهم العقلية من خلال التمارين التي تقيم المواقف الحقيقية وتقوم بتطبيق المعرفة المكتسبة.
2. يركز منهج التعلم بقوة على المهارات العملية التي تسمح للطلاب بالاندماج بشكل أفضل في العالم الحقيقي.
3. يتم تحقيق استيعاب أبسط وأكثر كفاءة للأفكار والمفاهيم، وذلك بفضل منهج المواقف التي نشأت من الواقع.
4. يصبح الشعور بكفاءة الجهد المستثمر حافزاً مهماً للغاية للطلاب، مما يترجم إلى اهتمام أكبر بالتعلم وزيادة الوقت المخصص للعمل في المحاضرة الجامعية.

## المنهجية الجامعية الأفضل تصنيفاً من قبل طلابها

نتائج هذا النموذج الأكاديمي المبتكر يمكن ملاحظته في مستويات الرضا العام لخريجي TECH. تقييم الطلاب لجودة التدريس، وجودة المواد، وهيكلة الدورة وأهدافها ممتاز. ليس من المستغرب أن تصبح الجامعة الأعلى تقييماً من قبل طلابها على منصة المراجعات Trustpilot، حيث حصلت على 4.9 من 5.

يمكنك الوصول إلى محتويات الدراسة من أي جهاز متصل بالإنترنت (كمبيوتر، جهاز لوحي، هاتف ذكي) بفضل كون TECH على اطلاع بأحدث التطورات التكنولوجية والتربوية.

"التعلم من خبير" ستتمكن من التعلم مع مزايا الوصول إلى بيئات تعليمية محاكاة ونهج التعلم بالملاحظة، أي "التعلم من خبير"

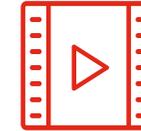


وهكذا، ستكون أفضل المواد التعليمية، المُعدّة بعناية فائقة، متاحة في هذا البرنامج:



### المواد الدراسية

يتم خلق جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. يتم بعد ذلك تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق طريقتنا في العمل عبر الإنترنت، مع التقنيات الأكثر ابتكارًا التي تتيح لنا أن نقدم لك جودة عالية، في كل قطعة سنضعها في خدمتك.



### التدريب العملي على المهارات والكفاءات

ستنفذ أنشطة لتطوير كفاءات ومهارات محددة في كل مجال من مجالات المواد الدراسية. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.



### ملخصات تفاعلية

نقدم المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة.. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد من نوعه لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية".



### قراءات تكميلية

المقالات الحديثة والوثائق التوافقية والمبادئ التوجيهية الدولية... في مكتبة TECH الافتراضية، سيكون لديك وصول إلى كل ما تحتاجه لإكمال تدريبك.





### دراسات الحالة (Case studies)

ستكمل مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة في المادة التي يتم توظيفها. حالات تم عرضها وتحليلها وتدريبها من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



### الاختبار وإعادة الاختبار

نقوم بتقييم وإعادة تقييم معرفتك بشكل دوري طوال فترة البرنامج. نقوم بذلك على 3 من 4 مستويات من هرم ميلر.



### المحاضرات الرئيسية

هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن ما يسمى بالتعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة ، ويولد الأمان في قراراتنا الصعبة في المستقبل.



### إرشادات توجيهية سريعة للعمل

تقدم TECH المحتويات الأكثر صلة بالدورة التدريبية في شكل أوراق عمل أو إرشادات توجيهية سريعة للعمل. إنها طريقة موجزة وعملية وفعالة لمساعدة الطلاب على التقدم في تعلمهم.



# المؤهل العلمي

تضمن المحاضرة الجامعية في خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل المحاضرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتز هذا البرنامج بنجاح واحصل على شهادتك الجامعية  
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



تحتوي المحاضرة الجامعية في خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدثا في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي\* مصحوب بعلم وصول مؤهل المحاضرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في المحاضرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: المحاضرة الجامعية في خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية

طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

مدة الدراسة: 6 أسابيع



\*تصديق لاهاي أبوستيل. في حالة قيام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الورقية وبتمديد لاهاي أبوستيل، ستتخذ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.

المستقبل

الأشخاص

الصحة

الثقة

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

التدريس

الاعتماد الأكاديمي

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الحاضر المعرفة

الابتكار

الجامعة  
التكنولوجية  
tech

الحاضر

الجودة

المعرفة

محاضرة جامعية

خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية

« طريقة الدراسة: عبر الإنترنت

« مدة الدراسة: 6 أسابيع

« المؤهل العلمي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: عبر الإنترنت

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

# محاضرة جامعية خطة التسويق في مجال صناعة الأدوية