

Специализированная магистратура Парафармацевтика



Специализированная магистратура Парафармацевтика

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/pharmacy/professional-master-degree/master-parapharmacy

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Руководство курса

стр. 18

05

Структура и содержание

стр. 22

06

Методология

стр. 34

07

Квалификация

стр. 42

01

Презентация

На парафармацевтическом рынке продолжается тенденция роста продаж и распространения продукции, особенно через Интернет. Новые технологии задают темп развития этого сектора, в котором продаются миллионы косметических, диетических и пищевых добавок. Для фармацевтов это благоприятный фактор для обновления знаний по созданию и управлению растущим бизнесом, который требует стратегических навыков развития в различных существующих бизнес-моделях. Именно поэтому TECH Технологический университет создал данную программу, которая позволит вам углубиться в разработку экономических и финансовых планов, проведение маркетинговых кампаний и получить полную информацию о широком спектре статей в этом секторе. Все это без посещения очных занятий и с гибким доступом к учебной программе в удобное для вас время и в удобном месте.



“

Специализированная магистратура,
которая даст вам необходимые
знания для успешного запуска
вашей новой парафармацевтики”

Система продаж парафармацевтики демонстрирует четкую тенденцию к росту числа онлайн-покупок по широкому спектру товаров. Пандемия, вызванная коронавирусом, а также новые цифровые технологии повысили интерес к парафармацевтическим интернет-магазинам, и многие профессионалы предпочитают внедрять эту бизнес-модель.

Для этого необходимо быть в курсе основных маркетинговых и коммерческих действий в цифровом мире, их сочетания с другими существующими стационарными аптеками, а также всего рынка, окружающего этот сектор. В связи с этим ТЕСН Технологический университет создал данную Специализированную магистратуру, которая предоставляет профессионалам новейшую информацию, способствующую созданию, проектированию и внедрению успешной практики в парафармацевтике.

Независимо от типа бизнеса, в рамках этой программы фармацевты получат широкое и исчерпывающее представление об этой отрасли, необходимые инструменты для составления финансовых планов, маркетинга продукции, обслуживания клиентов и новой роли, которую они играют в команде, работающей в секторе парафармацевтики.

Таким образом, это университетская программа, предоставляет самую современную программу обучения в течение лишь 1500 учебных часов и с лучшим преподавательским составом. Кроме того, в процессе обновления студентам предлагаются видеоконспекты по каждой теме, видеоматериалы с подробным описанием, материалы для чтения и тематические исследования, которые придадут большую динамичность и увлекательность этой программе.

Несомненно, это уникальная возможность быть в курсе всего, что связано с парафармацевтикой, с помощью академической программы, которая не требует посещения занятий и не имеет фиксированного расписания. Такая форма обучения позволяет студентам получать доступ к учебному плану в любое время и в любом месте. Достаточно иметь электронное устройство с выходом в Интернет, чтобы в любой момент иметь возможность ознакомиться с содержанием этой Специализированной магистратуры. Уникальная возможность, которую может предложить только ТЕСН.

Данная **Специализированная магистратура в области парафармацевтики** содержит самую полную и современную научную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области фармацевтики
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Вы хотите быть в курсе программного обеспечения, используемого в управлении парафармацевтикой? Сделайте это с помощью данной программы, и внедрите полученные знания в свой бизнес"

“

*Эта программа позволит вам
изучить логистику и основных
участников цепочки распределения
парафармацевтической продукции”*

В преподавательский состав программы входят профессионалы отрасли, признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов, которые привносят в обучение опыт своей работы.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться разрешать различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом вам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

*Благодаря методу Relearning,
используемому в TECH, вы сократите
долгие часы учебы и запоминания.*

*Изучите информацию о рентабельности
парафармацевтических препаратов
и их существующих категорий и
включите ее в свой бизнес-план.*



02

Цели

Основная цель данной Специализированной магистратуры — предоставить фармацевтам самую современную информацию по планированию, созданию и управлению парафармацевтической аптекой, как офлайн, так и онлайн. Для этого ТЕСН предлагает передовую программу обучения, которая позволит вам быть в курсе последних технологических достижений в этом секторе, в инструментах контроля продаж или маркетинга продукции через веб-сайты. Первоклассная академическая программа, в которой студента сопровождают лучшие специалисты в этой области.



“

Благодаря примерам из практики, представленным в этой программе, вы сможете интегрировать наиболее успешные маркетинговые стратегии в свою парафармацевтическую аптеку”



Общие цели

- ♦ Расширить знания в области управления парафармацевтикой
- ♦ Повысить навыки создания и управления парафармацевтикой онлайн
- ♦ Увеличить эффективность парафармацевтического бизнеса
- ♦ Проанализировать наиболее эффективные маркетинговые стратегии в данном секторе
- ♦ Использовать последние технологические инновации для запуска или адаптации проектов парафармацевтики
- ♦ Знать обо всех видах продукции, реализуемой через парафармацевтические аптеки
- ♦ Изучить парафармацевтический рынок
- ♦ Реализовать анализ и цифровое позиционирование парафармацевтической аптеки





Конкретные цели

Модуль 1. Основы парафармацевтики

- ♦ Описать основные различия между аптекой и парафармацевтической аптекой
- ♦ Проводить конкурентный анализ в секторе парафармацевтики
- ♦ Актуализировать знания о новой роли сотрудников парафармацевтической аптеки
- ♦ Углубиться в новые технологии, используемые в данном виде бизнеса

Модуль 2. Торговый маркетинг в парафармацевтике

- ♦ Углубиться в основные характеристики *торгового* маркетинга
- ♦ Проанализировать новые тенденции в области парафармацевтики
- ♦ Получить актуальное представление о преимуществах Cashkeeper
- ♦ Изучить возможности мобильного маркетинга, используемого в области парафармацевтики

Модуль 3. Дермокосметика в парафармацевтике

- ♦ Выполнить полный анализ рынка косметики и дермокосметики в фармацевтике/парафармацевтике
- ♦ Определить основные активные ингредиенты, используемые в дермокосметике
- ♦ Изучить текущие тенденции развития дермокосметики в парафармацевтике
- ♦ Исследовать технологические перспективы развития дермокосметической отрасли

Модуль 4. Диетология - пищевые добавки

- ♦ Описать различия между биологически активными добавками, нутрикосметикой и пищевыми добавками
- ♦ Знать современные способы применения нутрикосметики для кожи и волос
- ♦ Ознакомиться с различными видами лекарственных форм
- ♦ Обновить знания о лекарственных растениях и их фармакологическом действии

Модуль 5. Категории парафармацевтики

- ♦ Определить наиболее востребованные и перспективные категории товаров в парафармацевтики
- ♦ Проанализировать основные натуральные и гигиенические средства, а также средства по уходу за волосами представленные в парафармацевтике
- ♦ Выявить новые продукты в области ортопедии и коммерциализировать их в парафармацевтике
- ♦ Вникнуть в структуру и функции продуктов, распространяемых в парафармацевтике

Модуль 6. Рентабельность парафармацевтики

- ♦ Углубиться в основные бухгалтерские и финансовые термины парафармацевтики
- ♦ Указать на наиболее эффективные стратегии и планы продаж в парафармацевтике, а также разработать финансовый план
- ♦ Получить самую актуальную информацию о применяемых инструментах исследования продаж
- ♦ Быть в курсе основного программного обеспечения, используемого в парафармацевтике

Модуль 7. Дистрибуция парафармацевтической продукции

- ♦ Ознакомиться с наиболее важными акторами в цепочке дистрибуции
- ♦ Изучить рынок парафармацевтической продукции и анализ спроса на нее
- ♦ Выработать основные рекомендации по управлению парафармацевтикой
- ♦ Разработать основные рекомендации по управлению парафармацевтикой

Модуль 8. Обслуживание клиентов в парафармацевтике

- ♦ Предоставить рекомендации по повышению качества консультирования клиентов
- ♦ Определить основные принципы отслеживания и послепродажного обслуживания
- ♦ Изучить стратегическую и психологическую линии в обслуживании клиентов
- ♦ Указать существующие инструменты повышения лояльности клиентов

Модуль 9. Маркетинговый план для парафармацевтики

- ♦ Способствовать реализации маркетингово-ориентированных мероприятий в торговом пространстве парафармацевтики
- ♦ Рассмотреть товарные стратегии и соответствующее ценообразование в парафармацевтике
- ♦ Обозначить рекомендации по созданию маркетинговых кампаний
- ♦ Определить, как внедрять новые технологии, способствующие повышению сервиса



Модуль 10. Парафармацевтика онлайн

- ♦ Определить типологию существующих в настоящее время парафармацевтических онлайн-аптек
- ♦ Определить плюсы и минусы создания данного вида бизнеса в цифровом формате
- ♦ Ознакомиться с различными цифровыми инструментами, доступными для осуществления онлайн-маркетинга
- ♦ Спроектировать создание парафармацевтической онлайн-аптеки с учетом последних технологических достижений

“

Пополните свою парафармацевтику новейшими технологиями в области дермального анализа лица, 3D и капиллярного анализа благодаря этой передовой академической программе”

03

Компетенции

По завершении 12 месяцев обучения в данной Специализированной магистратуре студент сможет усовершенствовать свои навыки и умения в области руководства и управления парафармацевтикой. Этот сектор требует обширных навыков координации работы команды, обслуживания клиентов и эффективного общения с основными поставщиками в условиях конкурентного рынка. Благодаря теоретико-практической направленности данной программы студенты смогут успешно освоить эти навыки и внедрить их в свою повседневную практику.



“

Лидируйте в парафармацевтике с инновационными идеями и гарантиями, как в очном, так и в онлайн-бизнесе”

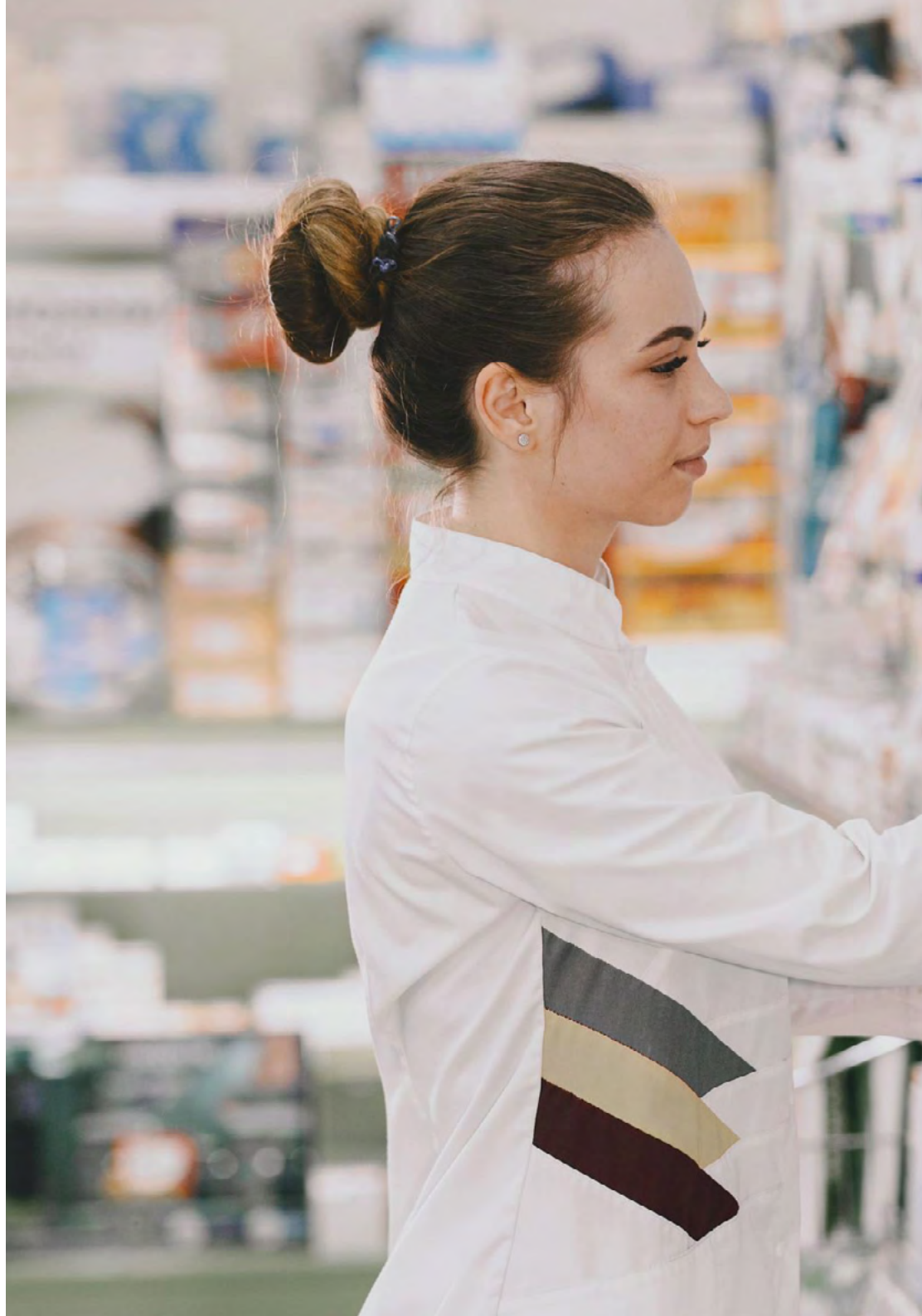


Общие профессиональные навыки

- ♦ Освоить инструменты, необходимые для создания парафармацевтической аптеки
- ♦ Повысить управленческие и лидерские навыки профессионалов, желающих открыть свою парафармацевтическую аптеку
- ♦ Контролировать основное программное обеспечение, используемое для управления товарами и контролем продаж
- ♦ Развивать психологические навыки, используемые при обслуживании клиентов
- ♦ Расширить стратегическое видение онлайн-бизнеса и ориентировать его на парафармацевтический бизнес
- ♦ Определять возможности продаж в различных категориях товаров в парафармацевтике



Повысьте ваши навыки управления командой в парафармацевтике с помощью самой передовой программы в этой области"





Профессиональные навыки

- ♦ Разработать наиболее актуальные стратегии интернет-маркетинга для получения большей экономической отдачи в парафармацевтике
- ♦ Усовершенствовать навыки обслуживания клиентов во время продажи, а также в процессе и после продажи
- ♦ Успешно использовать имидж бренда парафармацевтики через социальные сети
- ♦ Быть в курсе новых задач, стоящих перед персоналом парафармацевтической аптеки
- ♦ Занять доминирующее положение на рынке биологически активных добавок
- ♦ Внедрить новейшие технологии, используемые в парафармацевтике, особенно в области дермокосметики
- ♦ Успешно использовать мобильный маркетинг с использованием различных устройств
- ♦ Создавать финансовые планы в соответствии с характеристиками и целями, поставленными в парафармацевтическом бизнесе
- ♦ Применять в бизнесе эффективные методы защиты и охраны окружающей среды
- ♦ Внедрять политику управления коллективом, основанную на новейших методиках коучинга

04

Руководство курса

ТЕСН объединил преподавательский состав, отличающийся обширными знаниями в области фармацевтики и богатым опытом работы в этой отрасли. Кроме того, человеческие и профессиональные качества этого специализированного преподавательского состава стали определяющим фактором для включения его в программу данной Специализированной магистратуры. Таким образом, студенты получают гарантию изучения программы высшего уровня, разработанной экспертами, знающими все тонкости и нюансы работы отрасли и парафармацевтики. Кроме того, с помощью этих экспертов вы сможете разрешить любые свои сомнения относительно содержания данной программы.



“

Ведущие специалисты фармацевтического сектора ознакомят вас с последними тенденциями современного парафармацевтического рынка”

Руководство



Г-жа Форнер Пуиг, Мария Хосе

- ♦ Фармацевт-эксперт в области фитотерапии Специалист по продукции в Laboratorios Arkopharma
- ♦ Помощник фармацевта в аптеке Traver-Martin
- ♦ Степень магистра в области диетологии, питания и диетологического коучинга от Испанского общества образования Sefhor
- ♦ Курс профессиональной подготовки по питанию, диетологии и фитотерапии в UNED
- ♦ Университетский курс по спортивному питанию в футболе от Barça Innovation Hub University
- ♦ Степень бакалавра фармацевтики Университета Валенсии

Преподаватели

Г-жа Лопес, Кристина

- ♦ Генеральный директор компании Omoi Pharmacy Coach
- ♦ Специалист в различных аптечных учреждениях
- ♦ Руководитель отдела закупок и подбора ассортимента в компании Dermocosmética
- ♦ Степень магистра в области дермофармацевтики и косметологии
- ♦ Эксперт в области дермофармацевтики, косметики для волос, натуральной медицины и ароматерапии
- ♦ Степень бакалавра в области фармацевтики и парафармацевтики

Г-жа Альваро Касильяс, Росио

- ♦ Генеральный директор компании Omoi Pharmacy Coach
- ♦ Специалист по фармацевтики в различных аптеках
- ♦ Степень магистра в области дермофармацевтики и косметики
- ♦ Постдипломное образование по дермокосметике
- ♦ Техник в аптеке и парафармацевтики
- ♦ Среднее профессиональное образование по административным и финансовым вопросам

Г-жа Кампос Гарсия, Сильвия

- ♦ Основатель Con Principio Activo, tu *farmacoach*
- ♦ Управляющий отелем в Grupo 3 Galeón
- ♦ Управляющий аптечным пунктом в аптеке C Silvia Campos
- ♦ Менеджер центра красоты в Beauty Sense
- ♦ Курс экспертного коучинга от Crearte Coaching
- ♦ Степень бакалавра фармацевтики в Университете CEU Сан-Пабло

Г-жа Де ла Каса Морено, Инмакулада

- ♦ Косметолог/диетолог-диетолог в ARK AESTHETIC CENTER
- ♦ Диетолог-нутриционист в клинике DUAL
- ♦ Диетолог-нутриционист в отделении эндокринологии и диабета клинической больницы Ла-Фе
- ♦ Эстетик и диетолог в спа-салоне Spa del Mar
- ♦ Клинический ассистент в клинике Medibelia
- ♦ Косметолог и терапевт по хиромассажу в салоне MASAJES A MIL
- ♦ Диетолог-нутриционист в FUNDACIÓN JOSÉ NAVARRO
- ♦ Диетолог-нутрициолог в CENTRO MULTIDISCIPLINAR ATTRIUM
- ♦ Степень магистра в области индивидуального и общественного питания в Университете Валенсии
- ♦ Степень бакалавра в области питания и диетологии Университета Валенсии

Г-жа Муньос Идальго, Беатрис

- ♦ Менеджер проектов по социальным сетям в Onlypharma
- ♦ Менеджер по социальным сетям и создатель контента в Ibáñez Farmacia
- ♦ Менеджер по социальным сетям и создатель контента в Farmaschool
- ♦ Менеджер по социальным сетям и создатель контента в SETSS и SIETeSS
- ♦ Двойной магистр MBA + цифровой маркетинг в The Power MBA
- ♦ Степень магистра в области цифровой журналистики и новых нарративов Университета Оберта де Каталония (UOC)
- ♦ Степень магистра в области развлекательных телепрограмм Gestmusic Endemol Университета Рамона Ллулла
- ♦ Степень бакалавра журналистики Университета Малаги

Г-жа Саенс Суарес, Люсия

- ♦ Координатор и руководитель отдела аккредитации в RICOFSSE
- ♦ Помощник фармацевта в аптеке González García
- ♦ Помощник фармацевта в аптеке Moreno Menayo
- ♦ Специалист по продукции в Laboratorio Arkopharma
- ♦ Делегат по продажам дермокосметики в A.G.FARMA
- ♦ Делегат по продажам в области детского питания в Nestlé
- ♦ Медицинский посетитель в компании Juste Group
- ♦ Степень магистра делового администрирования в Школе промышленной организации
- ♦ Курс профессиональной подготовки в области питания, диетологии и фитотерапии в общественной медицине в UNED
- ♦ Степень бакалавра фармацевтики Севильского университета

Г-жа Дубаль, Лорена

- ♦ Менеджер аптеки Trébol Guillem de Castro
- ♦ Консультант по лактации в Educatra
- ♦ Специалист по дермофармацевтике и косметике Университета Мурсии.
- ♦ Специалист по дермоанализатору Multidermascope в области патологии пациента
- ♦ Степень бакалавра в области фармацевтики





Г-жа Фуэнтес, Марибель

- ◆ Директор группы аптек TRIZGO
- ◆ Фармацевтический консультант в Bidafarma
- ◆ Менеджер по фармацевтике в GAN: питание и гастрономия
- ◆ Специализация по управлению и администрированию аптечного офиса в бизнес-школе Сан-Тельмо
- ◆ Курс профессиональной подготовки в области диетологии и питания
- ◆ Курс профессиональной подготовки в области питания Университета Алькала
- ◆ Степень бакалавра в области фармацевтики Университета Севильи

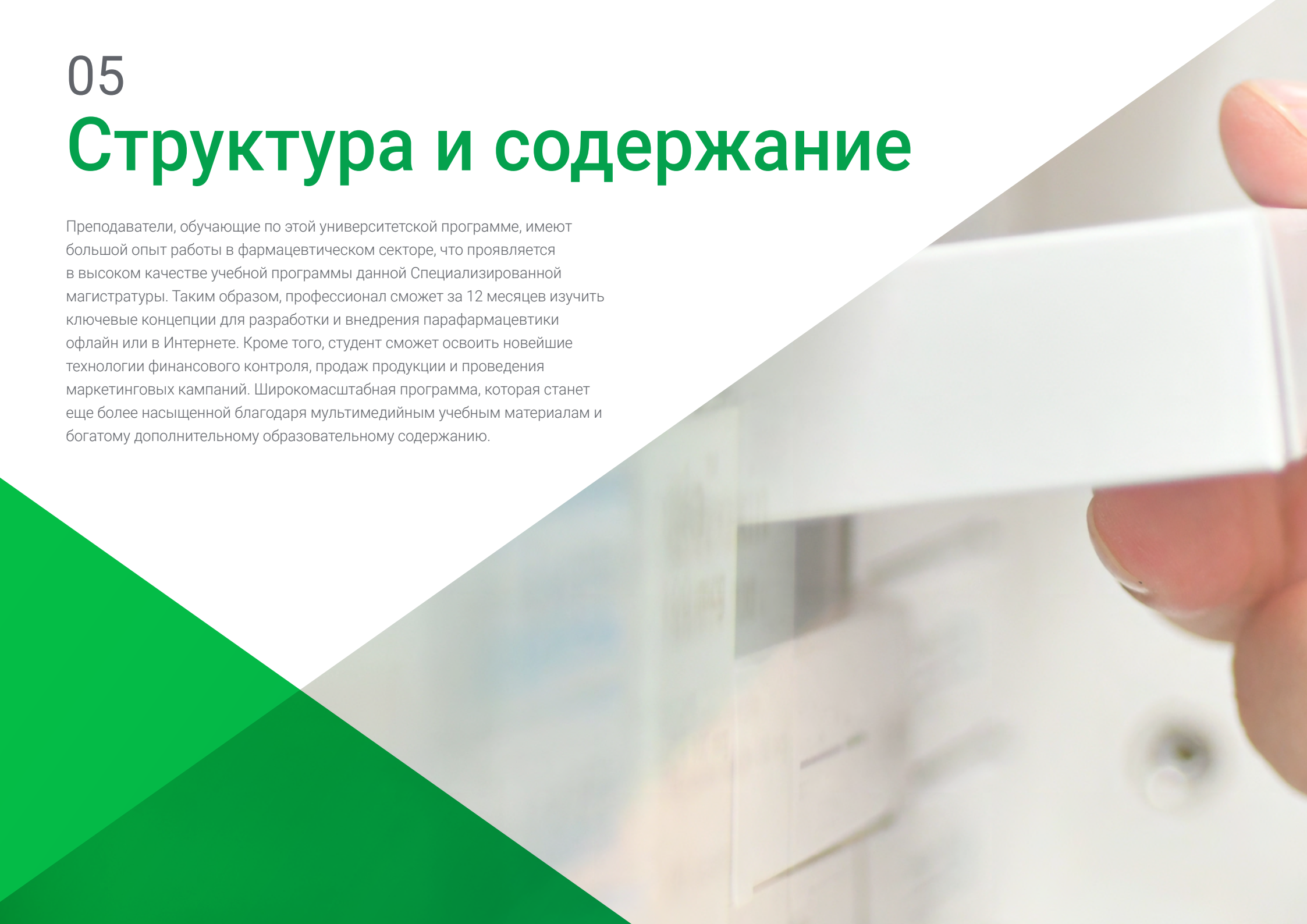
“

*Воспользуйтесь возможностью
узнать о последних достижениях
в этой области и применить их в
своей повседневной практике”*

05

Структура и содержание

Преподаватели, обучающие по этой университетской программе, имеют большой опыт работы в фармацевтическом секторе, что проявляется в высоком качестве учебной программы данной Специализированной магистратуры. Таким образом, профессионал сможет за 12 месяцев изучить ключевые концепции для разработки и внедрения парафармацевтики офлайн или в Интернете. Кроме того, студент сможет освоить новейшие технологии финансового контроля, продаж продукции и проведения маркетинговых кампаний. Широкомасштабная программа, которая станет еще более насыщенной благодаря мультимедийным учебным материалам и богатому дополнительному образовательному содержанию.



“

Это удобный вариант обучения, позволяющий
совмещать повседневную профессиональную
деятельность с прохождением
Специализированной магистратуры”

Модуль 1. Основы парафармацевтики

- 1.1. Парафармацевтика. Развитие
 - 1.1.1. История парафармацевтики
 - 1.1.2. Развитие парафармацевтики
 - 1.1.3. Определение парафармацевтики
 - 1.1.4. Разница между фармацевтикой и парафармацевтикой
- 1.2. Измерение показателей в парафармацевтике
 - 1.2.1. Определение показателей
 - 1.2.2. Структура показателей
 - 1.2.3. Основные показатели
 - 1.2.4. Анализ показателей в парафармацевтической отрасли
- 1.3. Основные продукты в парафармацевтике
 - 1.3.1. Косметика и средства личной гигиены
 - 1.3.2. Пищевые добавки
 - 1.3.3. Детское питание
 - 1.3.4. Продукты питания для специального медицинского применения
 - 1.3.5. Диетические заменители
 - 1.3.6. Медицинская продукция
 - 1.3.7. Медицинская продукция для диагностики in vitro и самотестирования
 - 1.3.8. Товары для ухода за детьми
 - 1.3.9. Биоциды
 - 1.3.10. Средства индивидуальной защиты (СИЗ)
 - 1.3.11. Другие продукты, связанные со здоровьем, продаваемые в аптеках
- 1.4. Парафармацевтика и здоровье
 - 1.4.1. Взаимосвязь между парафармацевтикой и здоровьем
 - 1.4.2. Здоровье как центральная составляющая
 - 1.4.3. Здоровый образ жизни
 - 1.4.4. Выводы
- 1.5. Типы парафармацевтики
 - 1.5.1. Частная парафармацевтика
 - 1.5.2. Франшиза парафармацевтики
 - 1.5.3. Парафармацевтика в торговом центре
 - 1.5.4. Парафармацевтика в секторе розничной торговли

- 1.6. Анализ конкуренции
 - 1.6.1. Определение
 - 1.6.2. Цели
 - 1.6.3. Области применения
 - 1.6.4. Результаты
- 1.7. Должности в парафармацевтике
 - 1.7.1. Сотрудники и их роли
 - 1.7.2. Руководство в парафармацевтике
 - 1.7.3. Технический персонал
 - 1.7.4. Административно-управленческий персонал
- 1.8. Коучинг коллектива в парафармацевтике
 - 1.8.1. Человеческие ресурсы
 - 1.8.2. Повседневное управление
 - 1.8.3. Мотивация
 - 1.8.4. Выводы
- 1.9. Технологические элементы в парафармацевтике
 - 1.9.1. Определение
 - 1.9.2. Технологические элементы в парафармацевтике
 - 1.9.3. Важность применения технологий в парафармацевтике
 - 1.9.4. Технологические инновации в парафармацевтике
- 1.10. Корпоративная социальная ответственность в парафармацевтике
 - 1.10.1. Определение
 - 1.10.2. Эффективная практика охраны окружающей среды
 - 1.10.3. Эффективные методы охраны природы
 - 1.10.4. Эффективная практика обслуживания клиентов

Модуль 2. Торговый маркетинг в парафармацевтике

- 2.1. Торговый маркетинг: функции
 - 2.1.1. Определение торгового маркетинга
 - 2.1.2. Роли фармацевтического торгового маркетинга
 - 2.1.3. Основные методы торгового маркетинга
 - 2.1.4. 4 П

- 2.2. Стеллажи в парафармацевтике
 - 2.2.1. Что такое стеллаж в парафармацевтике?
 - 2.2.2. Уровни экспозиции товаров
 - 2.2.3. Горячие зоны
 - 2.2.4. Холодные зоны
- 2.3. Прилавки
 - 2.3.1. Рекомендации по созданию эффективного прилавка
 - 2.3.2. Распределение продукции на прилавке
 - 2.3.3. Важность прилавка
 - 2.3.4. Размещение на прилавках сезонных товаров
- 2.4. Кассовый аппарат *Cashkeeper*
 - 2.4.1. Определение
 - 2.4.2. Структура
 - 2.4.3. Для чего они используются
 - 2.4.4. Преимущества использования
- 2.5. Витрина парафармацевтики
 - 2.5.1. Рекомендации по оформлению эффективной витрины
 - 2.5.2. Распределение продукции в витрине
 - 2.5.3. Важность витрины
 - 2.5.4. Размещение в витрине сезонных товаров
- 2.6. *Sell In* и *Sell Out* в парафармацевтике
 - 2.6.1. Различия между *Sell In* и *Sell Out*
 - 2.6.2. Что такое *Sell In*?
 - 2.6.3. Что такое *Sell out*?
 - 2.6.4. *Sell In* и *Sell Out* как показатели эффективности
- 2.7. Поставщики как партнеры
 - 2.7.1. Участие поставщиков
 - 2.7.2. Мерчандайзинг
 - 2.7.3. Тип поставщиков
 - 2.7.4. Синергия между поставщиком и парафармацевтикой

- 2.8. Мобильный маркетинг в парафармацевтике
 - 2.8.1. Определение
 - 2.8.2. Основные структуры
 - 2.8.3. Цели
 - 2.8.4. Мультиустройства
- 2.9. Социальный маркетинг в парафармацевтике
 - 2.8.1. Определение
 - 2.8.2. Основные структуры
 - 2.8.3. Цели
 - 2.8.4. Анализ настроений, убеждений, ценностей и поведения
- 2.10. Видео маркетинг в парафармацевтике
 - 2.10.1. Определение
 - 2.10.2. Основные структуры
 - 2.10.3. Цели
 - 2.10.4. Содержание и формат видеоматериалов

Модуль 3. Дермокосметика в парафармацевтике

- 3.1. Рынок дермокосметики
 - 3.1.1. Определение
 - 3.1.2. Цели
 - 3.1.3. Анализ рынка косметики и дермокосметики в фармацевтике/парафармацевтике
 - 3.1.4. SWOT-анализ
- 3.2. Активные ингредиенты дермокосметики
 - 3.2.1. Определение
 - 3.2.2. Основные активные ингредиенты
 - 3.2.3. Применение активных ингредиентов
 - 3.2.4. Преимущества активных ингредиентов
- 3.3. Основные составы дермокосметических продуктов
 - 3.3.1. Определение
 - 3.3.2. Основные формулы
 - 3.3.3. Использование составов
 - 3.3.4. Преимущества составов

- 3.4. Фотозащитные средства в парафармацевтике
 - 3.4.1. Определение
 - 3.4.2. Основные солнцезащитные средства
 - 3.4.3. Применение солнцезащитных средств
 - 3.4.4. Преимущества солнцезащитных средств
- 3.5. Основные дермокосметические продукты
 - 3.5.1. Дерматологические: для ухода за чувствительной или проблемной кожей
 - 3.5.2. Селективная косметика: для более полного ухода и при отсутствии кожных патологий
 - 3.5.3. Премиум: современные и инновационные косметические продукты и крема высокого класса
 - 3.5.4. Натуральные или органические: состоят из ингредиентов растительного происхождения
- 3.6. Дермокосметика как средство профилактики
 - 3.6.1. Происхождение
 - 3.6.2. Определение
 - 3.6.3. Цели
 - 3.6.4. Выводы
- 3.7. Значение дермокосметики в парафармацевтике
 - 3.7.1. Дермокосметика завоевывает все больше места в парафармацевтике
 - 3.7.2. Тенденции рынка дермокосметики в парафармацевтике
 - 3.7.3. Размещение дермоэстетики в парафармацевтике
 - 3.7.4. Выводы
- 3.8. Типы кожи
 - 3.8.1. Как определить тип кожи?
 - 3.8.2. Четыре типа кожи
 - 3.8.3. Определение типа
 - 3.8.4. Состояние кожи
- 3.9. Дермокосметика для волос
 - 3.9.1. Определение
 - 3.9.2. Постановка целей
 - 3.9.3. Проблемы с волосами
 - 3.9.4. Лечение проблем с волосами дермокосметикой



- 3.10. Новейшие технологии в дермокосметике
 - 3.10.1. Анализ кожи лица
- 3.10.2. Капиллярный анализ
- 3.10.3. 3D анализ
- 3.10.4. Технологическое будущее отрасли

Модуль 4. Диетология - пищевые добавки

- 4.1. Пищевые добавки в 21 веке
 - 4.1.1. Определение
 - 4.1.2. Структура
 - 4.1.3. Для чего они нужны?
 - 4.1.4. Основные продукты
 - 4.1.5. Основные отличия
- 4.2. Различия между пищевыми добавками, нутрикосметикой и биологически активными добавками
 - 4.2.1. Пищевые добавки
 - 4.2.2. Нутрикосметика
 - 4.2.3. Биологически активные добавки
 - 4.2.4. Основные отличия
- 4.3. Основные ингредиенты пищевых добавок
 - 4.3.1. Минералы
 - 4.3.2. Фибра
 - 4.3.3. Витамины
 - 4.3.4. Аминокислоты
 - 4.3.5. Полиненасыщенные жирные кислоты (ПНЖК)
 - 4.3.6. Пробиотики и растения
- 4.4. Нутрикосметика
 - 4.4.1. Что такое нутрикосметика?
 - 4.4.2. Косметические или нутрикосметические средства
 - 4.4.3. Применение нутрикосметики: кожа
 - 4.4.4. Применение нутрикосметики: волосы
- 4.5. Лекарственные формы и пищевые добавки
 - 4.5.1. Что такое галеновые препараты?
 - 4.5.2. Различные типы галеновых препаратов
 - 4.5.3. Традиционные формы галеновых препаратов
 - 4.5.4. Современные формы галеновых препаратов
- 4.6. Диетология и питание
 - 4.6.1. Различия и сходства между ними
 - 4.6.2. Отрасли питания и диетологии
 - 4.6.3. Диеты
 - 4.6.4. Типы диет
- 4.7. Лекарственные растения
 - 4.7.1. Краткое введение в фитотерапию
 - 4.7.2. Что такое лекарственные растения?
 - 4.7.3. Для чего используются лекарственные растения?
 - 4.7.4. Основные лекарственные растения и их основное фармакологическое действие?
- 4.8. Витамины и минералы
 - 4.8.1. Какие витамины продаются в парафармацевтике?
 - 4.8.2. Различные виды витаминов и минералов: витаминные комплексы
 - 4.8.3. Бестселлеры
 - 4.8.4. Рынок витаминов
- 4.9. Рынок пищевых добавок
 - 4.9.1. Пищевые добавки: "растущая тенденция"
 - 4.9.2. Самопотребление
 - 4.9.3. Самые продаваемые пищевые добавки
 - 4.9.4. Типы
- 4.10. Технологии, применяемые в диетологии
 - 4.10.1. Новейшие технологические разработки
 - 4.10.2. Технологические инновации
 - 4.10.3. Основные технологические достижения
 - 4.10.4. Основные применения

Модуль 5. Категории парафармацевтики

- 5.1. Натуральные средства
 - 5.1.1. Определение
 - 5.1.2. Структура
 - 5.1.3. Для чего они используются
 - 5.1.4. Основные продукты
- 5.2. Уход за волосами
 - 5.2.1. Определение
 - 5.2.2. Структура
 - 5.2.3. Для чего он нужен?
 - 5.2.4. Основные продукты
- 5.3. Мужчина
 - 5.3.1. Определение
 - 5.3.2. Структура
 - 5.3.3. Для чего они используются
 - 5.3.4. Основные продукты
- 5.4. Детские товары (питание и гигиена)
 - 5.4.1. Определение
 - 5.4.2. Структура
 - 5.4.3. Для чего они используются
 - 5.4.4. Основные продукты
- 5.5. Гигиена
 - 5.5.1. Определение
 - 5.5.2. Структура
 - 5.5.3. Для чего они используются
 - 5.5.4. Основные продукты
- 5.6. Уход за полостью рта
 - 5.6.1. Определение
 - 5.6.2. Структура
 - 5.6.3. Для чего они используются
 - 5.6.4. Основные продукты

- 5.7. Средства личной гигиены
 - 5.7.1. Определение
 - 5.7.2. Структура
 - 5.7.3. Для чего они используются
 - 5.7.4. Основные продукты
- 5.8. Аптечка
 - 5.8.1. Определение
 - 5.8.2. Структура
 - 5.8.3. Для чего они используются
 - 5.8.4. Основные продукты
- 5.9. Ортопедия
 - 5.9.1. Определение
 - 5.9.2. Структура
 - 5.9.3. Для чего они используются
 - 5.9.4. Основные продукты
- 5.10. Оптика
 - 5.10.1. Определение
 - 5.10.2. Структура
 - 5.10.3. Для чего они используются
 - 5.10.4. Основные продукты

Модуль 6. Рентабельность парафармацевтики

- 6.1. Бухгалтерский учет и финансы парафармацевтики
 - 6.1.1. Основы бухгалтерского учета
 - 6.1.2. Учет активов в парафармацевтике
 - 6.1.3. Обязательства в бухгалтерском учете в парафармацевтике
 - 6.1.4. Налоговые ставки НДС. Налоги
- 6.2. Управление поставками
 - 6.2.1. Поставщики
 - 6.2.2. Управление складскими запасами
 - 6.2.3. Продукция ABC
 - 6.2.4. Виды закупок в парафармацевтике

- 6.3. Управление продажами
 - 6.3.1. Реализация деятельности аптеки
 - 6.3.2. POS как инструмент продаж в парафармацевтике
 - 6.3.3. Затраты и расходы
 - 6.3.4. Чистая прибыль
- 6.4. Маржа парафармацевтики. Отпускная цена лаборатории, отпускная цена в аптеке и розничная цена
 - 6.4.1. Что такое отпускная цена лаборатории?
 - 6.4.2. Расчет розничной цены
 - 6.4.3. Чистая маржа и различия между отпускной ценой лаборатории, отпускной ценой в аптеке и розничной ценой
 - 6.4.4. Как увеличить маржу
 - 6.4.5. Амортизация аптеки
- 6.5. План продаж для парафармацевтики
 - 6.5.1. Как составить план продаж
 - 6.5.2. Лояльность клиентов
 - 6.5.3. Планирование стимулирования продаж
 - 6.5.4. Стимулирование персонала к повышению продаж
- 6.6. Инструменты для изучения продаж парафармацевтики
 - 6.6.1. Опыт совершения покупок клиентами
 - 6.6.2. *Апсейл*
 - 6.6.3. Перекрестные продажи
 - 6.6.4. *Наборы*
 - 6.6.5. Техника проведения тендера для парафармацевтики
- 6.7. Основные налоговые показатели в секторе парафармацевтики
 - 6.7.1. Что выбрать?: ЧОО, ПАО, ОО или индивидуальный предприниматель
 - 6.7.2. Надбавка за эквивалентность
- 6.8. Виды оплаты
 - 6.8.1. Выплаты поставщикам
 - 6.8.2. Отсрочка платежей

- 6.9. Финансовый план
 - 6.9.1. Инвестиционный план
 - 6.9.2. Баланс
 - 6.9.3. Кассовый бюджет
 - 6.9.4. Промежуточный отчет прибылях и убытках
 - 6.9.5. Казначейский план
- 6.10. Маржа прибыли парафармацевтики
 - 6.10.1. Ведение переговоров с поставщиками
 - 6.10.2. Экономия средств при закупках
 - 6.10.3. Скидки от поставщиков за оперативную оплату
 - 6.10.4. Увеличение часов работы парафармацевтики

Модуль 7. Дистрибуция парафармацевтической продукции

- 7.1. Инновационная технология для фармацевтической дистрибуции
- 7.2. Логистика
 - 7.2.1. Оформление заказов
 - 7.2.2. Доставка заказов
 - 7.2.3. Товарные накладные и счета-фактуры
 - 7.2.4. Передовая практика
- 7.3. Эффективная работа
 - 7.3.1. Акторы дистрибуции: кто они?
 - 7.3.2. Что такое оптовик?
 - 7.3.3. Что такое дистрибьютор?
 - 7.3.4. Что такое группа закупок?
 - 7.3.5. Парафармацевтика как точка продажи товара покупателю
- 7.4. ИКТ-управление складом парафармацевтики
 - 7.4.1. Что представляет собой склад парафармацевтики?
 - 7.4.2. Управление заказами и закупками
 - 7.4.3. Получение или оприходование товара
 - 7.4.4. Хранение и размещение продукции

- 7.5. Парафармацевтический рынок
 - 7.5.1. Представление и определение рынка в цифрах
 - 7.5.2. Внутренний рынок
 - 7.5.3. Анализ спроса: использование косметических средств и средств личной гигиены. Покупательское поведение потребителя
 - 7.5.4. Структура рынка
- 7.6. Управление складскими запасами
 - 7.6.1. Оптимальное управление запасами в парафармацевтике
 - 7.6.2. Оптимальная инвентаризация парафармацевтической аптеки базируется на анализе 10 переменных
 - 7.6.3. Коэффициент оборачиваемости и оптимальный уровень запасов в парафармацевтике
 - 7.6.4. Выводы
- 7.7. Виды типы заказов в парафармацевтике
 - 7.7.1. Управление заказами в парафармацевтике
 - 7.7.2. Какие виды заказов существуют в парафармацевтике?
 - 7.7.3. Как оформляются заказы?
 - 7.7.4. Другие варианты
- 7.8. Качество товаров парафармацевтической аптеки
 - 7.8.1. Маркировка товара
 - 7.8.2. Национальный кодекс товаров как гарантия качества в парафармацевтической сфере
 - 7.8.3. Качество товаров парафармацевтики
 - 7.8.4. Парафармацевтика как канал сбыта гарантирующий качество продукции
- 7.9. Конечный потребитель
 - 7.9.1. Активные продажи
 - 7.9.2. Рекомендации по переходу от активных продаж к продаже консультаций
 - 7.9.3. Знания о клиенте
 - 7.9.4. Конечный потребитель
- 7.10. Основы менеджмента парафармацевтики
 - 7.10.1. Советы по оптимизации управления парафармацевтикой
 - 7.10.2. Области управления парафармацевтики
 - 7.10.3. Практические советы
 - 7.10.4. Выводы

Модуль 8. Обслуживание в парафармацевтике

- 8.1. Парафармацевтическое консультирование
 - 8.1.1. Что такое парафармацевтическое консультирование и как оно должно проходить?
 - 8.1.2. Важность парафармацевтического консультирования для клиента
 - 8.1.3. Консультация в парафармацевтике
 - 8.1.4. Выводы
- 8.2. Фармацевт/парафармацевт как консультант по вопросам здоровья
 - 8.2.1. Их значение как экспертов в области здоровья
 - 8.2.2. Индивидуальный подход к клиенту
 - 8.2.3. Последующая работа с клиентами
 - 8.2.4. Послепродажное обслуживание
- 8.3. Психология клиента
 - 8.3.1. Пространство здоровья для клиента
 - 8.3.2. Консультации по диетологии и косметологии
 - 8.3.3. Знания о клиенте
 - 8.3.4. Стратегии по работе с клиентами
- 8.4. Лояльность клиентов
 - 8.4.1. Консультация фармацевта как инструмент повышения лояльности покупателей
 - 8.4.2. Инструменты повышения лояльности клиентов
 - 8.4.3. Постоянная консультационная поддержка клиентов
 - 8.4.4. Клиент как центральное звено бизнеса
- 8.5. Уголок здоровья в парафармацевтике
 - 8.5.1. Оптимизация продаж
 - 8.5.2. Увеличение продаж в парафармацевтике
 - 8.5.3. Индивидуальное обслуживание в соответствии с медицинскими потребностями клиента
 - 8.5.4. Выводы
- 8.6. Типы клиентов
 - 8.6.1. Важность коллектива, объединенного общей стратегией
 - 8.6.2. Классификация клиентов
 - 8.6.3. Отношение к клиентам в соответствии с их классификацией
 - 8.6.4. Парафармацевтический коллектив как консультант покупателя по вопросам здоровья

- 8.7. *Камеры хранения Smart Lockers*
 - 8.7.1. Начало работы со *Smart Locker*
 - 8.7.2. Получение максимальной выгоды от использования *Smart Lockers*
 - 8.7.3. Требования к использованию *Smart Lockers*
 - 8.7.4. Парафармацевтика как технологическая парадигма
- 8.8. Персональное обслуживание
 - 8.8.1. Идентифицировать клиента
 - 8.8.2. Забота о клиенте
 - 8.8.3. Общение с клиентом - главный инструмент для осуществления продаж
 - 8.8.4. Выводы
- 8.9. Новые технологии в парафармацевтике
- 8.10. Обучение клиентов
 - 8.10.1. Обучающие семинары
 - 8.10.2. Разговоры о продуктах
 - 8.10.3. Маркетинг, направленный на обучение клиентов
 - 8.10.4. Выводы

Модуль 9. Маркетинговый план для парафармацевтики

- 9.1. Концепции маркетинга
 - 9.1.1. Введение в общий маркетинг
 - 9.1.2. Товарная стратегия
 - 9.1.3. Стратегия ценообразования
 - 9.1.4. Сегментация и позиционирование
- 9.2. Цель маркетингового плана в парафармацевтике
 - 9.2.1. Способствовать реализации коммерческих мероприятий в области продаж парафармацевтической продукции
 - 9.2.2. Увеличить продажи парафармацевтической продукции
 - 9.2.3. Ротация товарных запасов парафармацевтической продукции
 - 9.2.4. Укрепление бренда парафармацевтической продукции и противодействие конкурентам
- 9.3. Маркетинговые кампании для парафармацевтической продукции. Типы
 - 9.3.1. Рекламная кампания
 - 9.3.2. Кампания по сбору отзывов
 - 9.3.3. Маркетинговая кампания в социальных сетях
 - 9.3.4. Кампания по выводу продукта на рынок

- 9.4. Шаги маркетингового плана
 - 9.4.1. Провести внешний и внутренний анализ.
 - 9.4.2. SWOT-анализ
 - 9.4.3. Разработка коммуникационной стратегии и плана действий
 - 9.4.4. Планирование маркетингового плана: кампания
 - 9.4.5. Коммуникация с коллективом
 - 9.4.6. Оценка результатов кампании
- 9.5. Что такое вирусный маркетинг для парафармацевтики?
 - 9.5.1. Определение вирусного маркетинга
 - 9.5.2. Маркетинг из уст в уста
 - 9.5.3. Сфера применения вирусного маркетинга
 - 9.5.4. Примеры вирусного маркетинга
- 9.6. Идентичность парафармацевтики
 - 9.6.1. Тенденция идентичности
 - 9.6.2. Маркетинг идентичности
 - 9.6.3. Техники идентификации
 - 9.6.4. Выводы
- 9.7. Техники перекрестных продаж
 - 9.7.1. Определение
 - 9.7.2. Основные техники
 - 9.7.3. Получение прибыли
 - 9.7.4. Лучшие практические методы
- 9.8. *Мерчендайзинг* в парафармацевтике
 - 9.8.1. Типы *мерчендайзинга*
 - 9.8.2. Различные цели *мерчендайзинга*
 - 9.8.3. Создатель имиджа торговой марки
 - 9.8.4. Потребитель: выбор ассортимента и привлекательность товара
- 9.9. Потребительский опыт совершения покупок
 - 9.9.1. Типы клиентов
 - 9.9.2. Персонализация
 - 9.9.3. Коммуникация с клиентами
 - 9.9.4. Новые технологии общения с клиентом

- 9.10. Анализ продаж парафармацевтической продукции
 - 9.10.1. Самые продаваемые товары
 - 9.10.2. Ротация и периодичность пополнения склада
 - 9.10.3. ROI
 - 9.10.4. Наименее продаваемые продукты. Ликвидация запасов

Модуль 10. Парафармацевтика онлайн

- 10.1. Различные формы парафармацевтики онлайн
 - 10.1.1. Определение парафармацевтики онлайн
 - 10.1.2. Парафармацевтика онлайн как *электронная коммерция*: новый способ совершать покупки в Интернете
 - 10.1.3. Парафармацевтика онлайн как отличная возможность для бизнеса
 - 10.1.4. Онлайн-предпринимательство
- 10.2. Преимущества парафармацевтики онлайн
 - 10.2.1. Более широкий охват
 - 10.2.2. Работает круглосуточно и без выходных
 - 10.2.3. Снижение затрат и увеличение прибыли
 - 10.2.4. Стратегия цифрового маркетинга
- 10.3. Недостатки парафармацевтики онлайн
 - 10.3.1. Недоверие к Интернету
 - 10.3.2. Невозможность контакта с товаром
 - 10.3.3. Доступ пенсионеров к Интернету
 - 10.3.4. Конкуренция в отрасли
- 10.4. 3D-веб
 - 10.4.1. Определение
 - 10.4.2. Рынок
 - 10.4.3. Техники
 - 10.4.4. Выводы
- 10.5. Электронная коммерция: новая реальность
 - 10.5.1. Эффект COVID-19: увеличение продаж через Интернет
 - 10.5.2. Инструмент для онлайн-покупок
 - 10.5.3. Самовывоз из аптеки
 - 10.5.4. Повышение посещаемости физической парафармацевтической аптеки



- 10.6. Электронные покупки
 - 10.6.1. Предложение и стоимость
 - 10.6.2. Доверие клиентов
 - 10.6.3. Послепродажное обслуживание
 - 10.6.4. Опыт совершения покупок клиентами
- 10.7. Как создать свою парафармацевтику онлайн. Советы
 - 10.7.1. Постановка целей. Хорошее название для вашей парафармацевтики онлайн
 - 10.7.2. SSL-сертификат
 - 10.7.3. Создайте свой сайт с помощью профессионалов
 - 10.7.4. *Адаптивный веб-дизайн*
 - 10.7.5. Воронка продаж
 - 10.7.6. Создайте качественную стартовую страницу
 - 10.7.7. Описание товаров
 - 10.7.8. Послепродажное обслуживание
- 10.8. Позиционирование парафармацевтики в Интернете (SEO)
 - 10.8.1. Локальное SEO для локальных ссылок
 - 10.8.2. SEO для позиционирования категорий, брендов или продуктов вашей парафармацевтики онлайн
 - 10.8.3. Публикация контента, который попадает в Google: блогинг и контент-маркетинг
 - 10.8.4. Составьте эффективный план *обратных ссылок*
- 10.9. Социальные сети в парафармацевтике онлайн
 - 10.9.1. Социальные сети Facebook, Instagram, YouTube и LinkedIn
 - 10.9.2. Как продавать через социальные сети?
 - 10.9.3. Анализ конкурентов
 - 10.9.4. Что необходимо сделать, чтобы привлечь подписчиков?
- 10.10. SEM в парафармацевтике онлайн
 - 10.10.1. Как проводить SEM-кампанию?
 - 10.10.2. Google Ads: Что это такое?
 - 10.10.3. Facebook Ads: Что это такое?
 - 10.10.4. Выбор маркетинговой компании между SEO и SEM

06

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



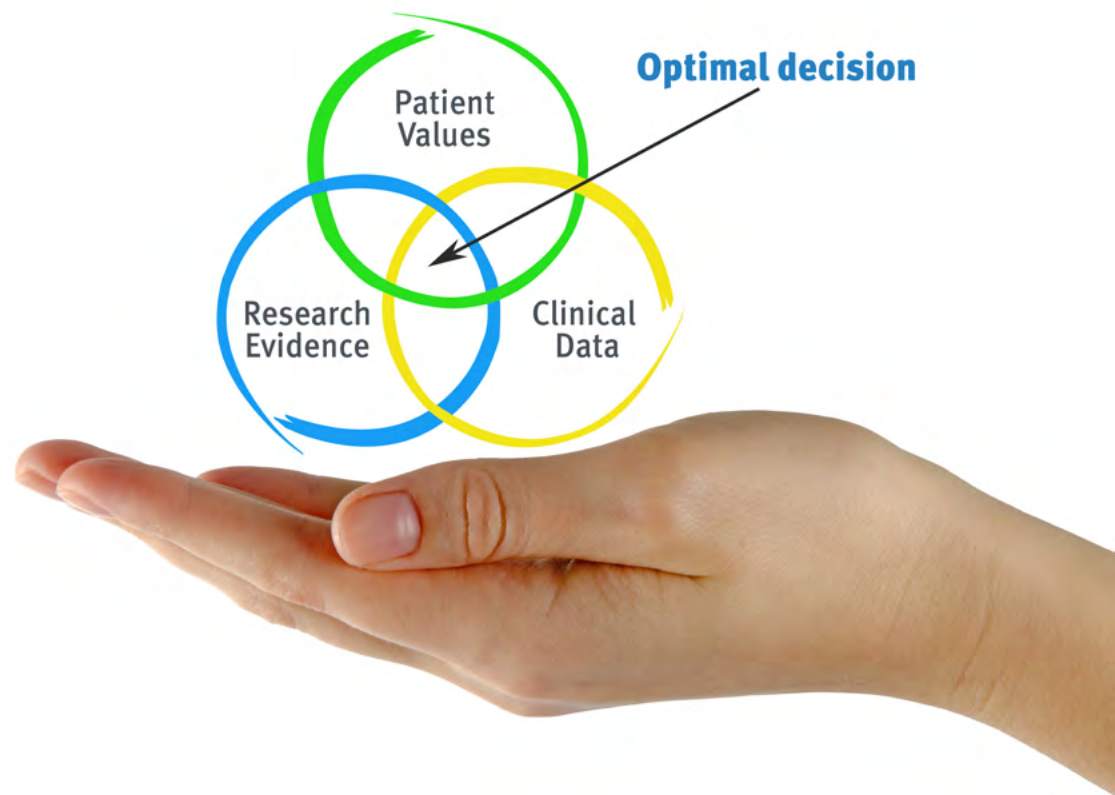
“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

В TECH мы используем метод запоминания кейсов

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? На протяжении всей программы вы будете сталкиваться с множеством смоделированных клинических случаев, основанных на историях болезни реальных пациентов, когда вам придется проводить исследования, выдвигать гипотезы и в конечном итоге решать ситуацию. Существует множество научных доказательств эффективности этого метода. Фармацевты учатся лучше, быстрее и показывают стабильные результаты с течением времени.

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру.



По словам доктора Жерваса, клинический случай - это описание диагноза пациента или группы пациентов, которые становятся "случаем", примером или моделью, иллюстрирующей какой-то особый клинический компонент, либо в силу обучающего эффекта, либо в силу своей редкости или необычности. Важно, чтобы кейс был основан на текущей профессиональной жизни, пытаюсь воссоздать реальные условия в профессиональной практике фармацевта.

“

Знаете ли вы, что этот метод был разработан в 1912 году, в Гарвардском университете, для студентов-юристов? Метод кейсов заключался в представлении реальных сложных ситуаций, чтобы они принимали решения и обосновывали способы их решения. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете"

Эффективность метода обосновывается четырьмя ключевыми достижениями:

1. Фармацевты, которые следуют этому методу, не только добиваются усвоения знаний, но и развивают свои умственные способности с помощью упражнений по оценке реальных ситуаций и применению своих знаний.
2. Обучение прочно опирается на практические навыки, что позволяет студенту лучше интегрироваться в реальный мир.
3. Усвоение идей и концепций становится проще и эффективнее благодаря использованию ситуаций, возникших в реальности.
4. Ощущение эффективности затраченных усилий становится очень важным стимулом для студентов, что приводит к повышению интереса к учебе и увеличению времени, посвященному на работу над курсом.



Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.



Фармацевт будет учиться на основе реальных случаев и разрешения сложных ситуаций в смоделированных учебных условиях. Эти симуляции разработаны с использованием самого современного программного обеспечения для полного погружения в процесс обучения.

Находясь в авангарде мировой педагогики, метод Relearning сумел повысить общий уровень удовлетворенности специалистов, завершивших обучение, по отношению к показателям качества лучшего онлайн-университета в мире.

С помощью этой методики мы с беспрецедентным успехом обучили более 115 000 фармацевтов по всем клиническим специальностям, независимо от хирургической нагрузки. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу.

Общий балл квалификации по нашей системе обучения составляет 8.01, что соответствует самым высоким международным стандартам.



В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями фармацевтами специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Техники и процедуры на видео

TECH предоставляет в распоряжение студентов доступ к новейшим методикам и достижениям в области образования и к передовому опыту современных процедур фармацевтической помощи. Все с максимальной тщательностью, объяснено и подробно описано самими преподавателями для усовершенствования усвоения и понимания. И самое главное, вы можете смотреть их столько раз, сколько захотите.



Интерактивные конспекты

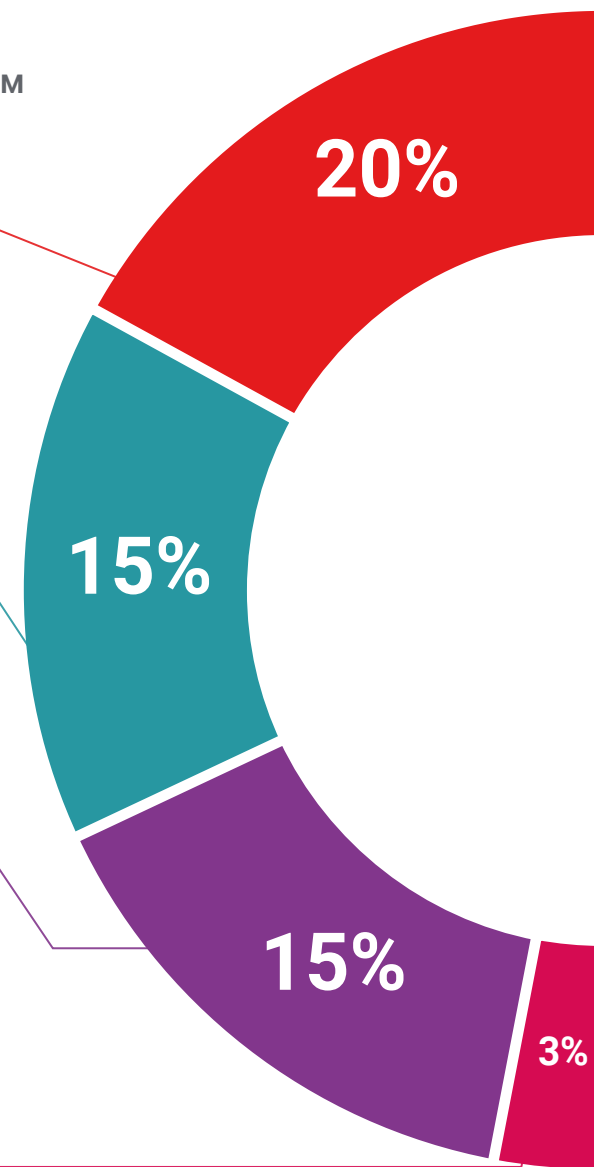
Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

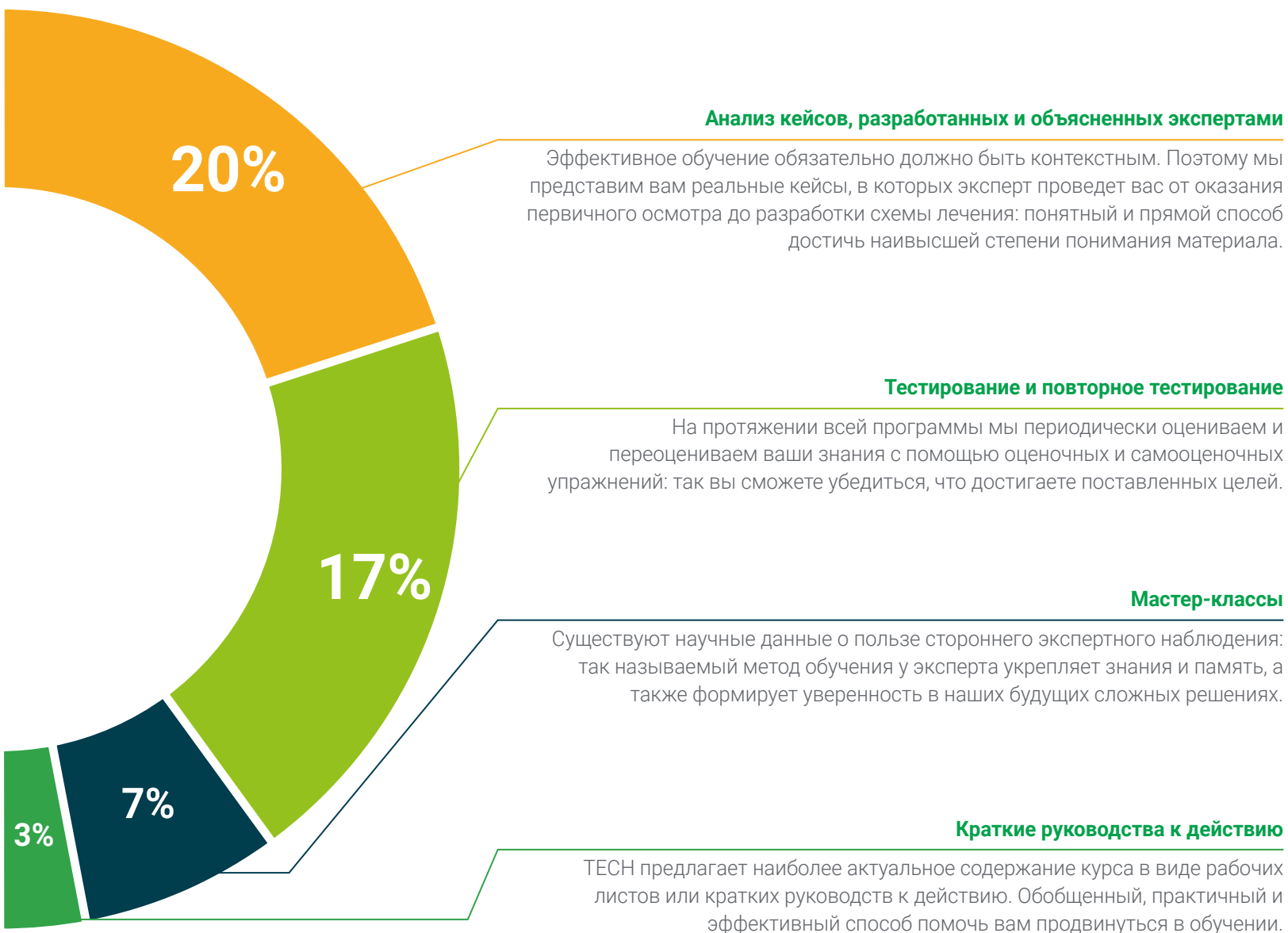
Эта уникальная система для представления мультимедийного контента была отмечена компанией Майкрософт как "Европейская история успеха".



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





07

Квалификация

Специализированная магистратура в области парафармацевтики гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого TESH Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данная **Специализированная магистратура в области парафармацевтики** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

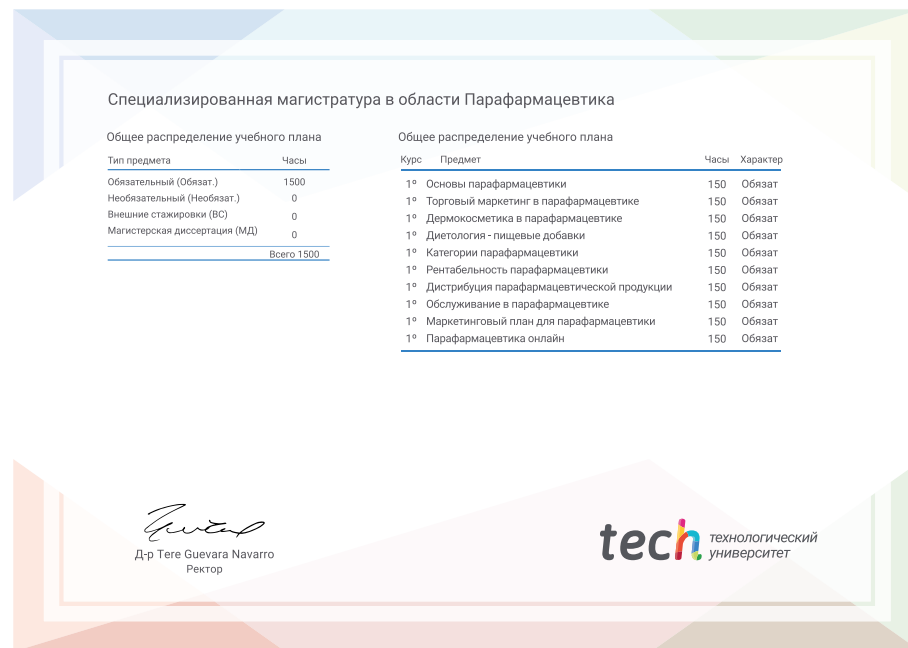
После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области парафармацевтики**

Формат: **онлайн**

Продолжительность: **12 месяцев**



Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение Парафармацевтика

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический университет

Специализированная
магистратура

Парафармацевтика

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура Парафармацевтика

