

专科文凭

应用于药妆店的营销





专科文凭 应用于药妆店的营销

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

网页链接: www.techitute.com/cn/pharmacy/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-parapharmacy

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

课程管理

12

04

结构和内容

16

05

方法

22

06

学历

30

01 介绍

辅助医药产品可以为客户提供更多有影响力的营销活动。无论是从经济角度还是从企业自身的品牌形象角度来看，这都是有利可图的。因此，制药专业人员必须了解该领域的最新趋势，并采用最成功的策略来获得更大的影响力。为此，TECH 决定设立一个 100% 在线的学位，使毕业生能够更新他们在不同类型的准制药公司所需的销售行动、促销和会计规划方面的知识。所有内容都有大量的教学材料，由制药、广告和通信领域的真正专家精心制作。



“

这是一个 100% 的在线学位, 没有固定时间表的课程, 适合药剂师的实际需求”

开展病毒式传播活动、通过促销活动提高客户忠诚度,或利用新的数字通信可能性,这些都是药妆店最有效的策略。这个行业营业额的增长在很大程度上要归功于其对互联网的入侵和产品的多样性。

因此,制药专业人士必须了解广告策略的最新趋势,同时不忘必要的经济财务规划,以获得最大利润。为此,TECH在这个应用于药妆店的营销专科文凭,由最优秀的专家教授最先进的教学大纲。

这是一个450个学时的强化课程,毕业生将能够深入了解该行业现有的不同商业模式及其自身特点,从而进行全面更新。深入探讨主要的销售行为、在实体和网络空间获取客户以及此类业务所需的会计。所有内容都有多媒体教学材料、基本读物和案例研究作为补充,可在一天中的任何时间通过联网的电子设备进行查阅。

这样,制药专业人员就有极好的机会了解市场营销方面的一切,并将其融入自己的项目中。毕业生就不必上面授课程,也不必受时间限制,他们可以管理自己的学习时间,将日常责任与高质量的大学学历结合起来。

这个**专科文凭应用于药妆店的营销**包含了市场上最完整和最新的科学课程。主要特点是:

- ◆ 由药学专家介绍案例研究的发展情况
- ◆ 这个课程的内容图文并茂、示意性强、实用性强为那些视专业实践至关重要的学科提供了科学和实用的信息
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践,以推进学习
- ◆ 特别强调创新方法
- ◆ 理论课、向专家提问、关于有争议问题的讨论区和个人反思工作
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容



通过案例研究,你可以检验病毒式营销的成功案例,并将其融入到自己的辅助制药项目中"

“

随时随地, 通过联网的数字设备,
深入了解私营、特许经营或零售
药店的世界”

通过这个课程, 你将获得在药妆店销
售领域开展商业活动所需的资源。

这个课程将帮助你完善财务和资金
计划, 并将其应用于药妆店项目。

这个课程的教学人员包括来自该领域的专业人士以及来自领先协会和著名大学的公认专家, 他们将自己的工作经验融入到培训中。

多媒体内容是用最新的教育技术开发的, 将允许专业人员进行情境式的学习, 即在模拟的环境中提供沉浸式的培训程序, 在真实的情况下进行培训。

这个课程的设计重点是基于问题的学习, 通过这种方式, 专业人员必须尝试解决整个学年出现的不同专业实践情况。将得到一个由著名专家开发的创新互动视频系统的支持。



02 目标

这个专科文凭旨在向学生传授最新的市场营销知识,以促进药妆店企业的发展。从这个意义上讲,TECH 为毕业生提供了一个拥有丰富经验的优秀教学团队。此外,案例研究将为你提供更直接、更真实的视角,让你了解最有效的策略,并将其融入到你的业务项目中。





“

你将获得一个大学学位,使你能够成功地为药妆店项目实施完整的营销计划”



总体目标

- ◆ 拓展药妆店管理的知识
- ◆ 提高创建和管理网上辅助药房的技能
- ◆ 提升药妆店业务的业绩
- ◆ 分析该部门最有效的营销策略
- ◆ 为药妆店项目的启动或调整融入最新的技术创新
- ◆ 要了解可通过药妆店销售的所有类型的产品
- ◆ 深入辅助制药市场
- ◆ 实施对一个药妆店的分析和数字定位



你了解药妆店最有效的销售计划吗？
这个课程提供的高级内容将为你带来最大的收益"





具体目标

模块1.药妆店的贸易营销

- ◆ 深入了解贸易营销的主要特点
- ◆ 分析药妆店货架上的新趋势
- ◆ 获得对Cashkeeper好处的最新看法
- ◆ 深入了解药妆店中使用的移动营销

模块2.药妆店的盈利能力

- ◆ 深入了解药店的会计和财务的主要条款
- ◆ 指出药妆店中最有效的销售策略和计划, 以及财务计划的设计
- ◆ 获得有关销售研究工具的最新信息
- ◆ 了解药妆店使用的主要软件的最新情况

模块3.药妆店的营销计划

- ◆ 在药妆店销售领域推动实施以市场为导向的行动
- ◆ 深入研究药妆店的产品策略和适当定价
- ◆ 指出创建营销活动的准则
- ◆ 建立如何结合新技术来提高消费者的购物体验

03 课程管理

TECH 汇集了来自制药业和市场营销与广告业的优秀主管和教师团队。他们都是精通业务的教师，具有出色的职业生涯和人文素质。这两个因素将使学生能够从最优秀的专家那里成功地获得有关药妆店市场营销战略和知名度的最新信息。此外，在为期 6 个月的课程中，他们还能解决对课程内容的任何疑问。





“

我们拥有市场营销和药妆店方面的真正专家,他们在这两个领域都拥有丰富的专业经验”

管理人员



Forner Puig, María José 女士

- ◆ 擅长草药疗法的药剂师。Laboratorios Arkopharma产品专家
- ◆ Farmacia Traver-Martin的副药剂师
- ◆ Sefhor西班牙培训协会获得的营养学、营养和营养辅导硕士
- ◆ UNED获得的营养学、营养学和草药学专家
- ◆ 巴塞罗那创新中心大学获得的足球营养学专家
- ◆ 瓦伦西亚大学药学学士

教师

Sáenz Suárez, Lucía 女士

- ◆ RICOFSSE的认证协调员和负责人
- ◆ González García药房的副药剂师
- ◆ Moreno Menayo药房的副药剂师
- ◆ Arkopharma实验室的产品专家
- ◆ A.G.FARMA的皮肤护理产品商务代表
- ◆ 雀巢婴儿营养产品区域销售代表
- ◆ Grupo Juste的医药代表
- ◆ 通过工业组织学校获得工商管理硕士学位
- ◆ 通过UNED获得社区医学营养学、营养学和草药学专家
- ◆ 塞维利亚大学药学学士



García Domínguez, Patricia 女士

- ◆ Sanafarmacia Ciudad Expo 24 H的行政负责人
- ◆ 建筑公司的管理和行政主管
- ◆ 由塞维利亚皇家药剂师学会颁发的药房管理专家
- ◆ 由安达卢西亚企业联合会颁发的职业风险预防、人力资源管理/人事行政专家
- ◆ 由塞维利亚大学颁发的经济学学士

Campos García, Silvia 女士

- ◆ Con Principio Activo的创始人, 你的药物辅导教练
- ◆ 3风帆集团的酒店经理
- ◆ Silvia Campos药房的所有者
- ◆ Beauty Sense的美感中心经理
- ◆ 由Create Coaching授予的专业辅导课程
- ◆ 由CEU San Pablo大学授予的药学学士学位

04

结构和内容

这个专科文凭的教学大纲是由市场营销和药学专业的教师制定的。这两个领域都反映在教学大纲中,为药剂师提供了贸易营销中使用的最新策略、制定营销计划的技巧和工具,以及在任何药妆店项目中实现最大盈利的最有效程序。此外,学生还可以每周7天、每天24小时查阅最好的教学材料。





“

理论与实践相结合的教学大纲, 辅以多媒体药片、读物和大量教学资源, 你可以全天 24 小时使用”

模块1.药妆店的贸易营销

- 1.1. 贸易营销:功能
 - 1.1.1. 贸易营销的定义
 - 1.1.2. 药品贸易营销的作用
 - 1.1.3. 主要贸易营销技巧
 - 1.1.4. 4个P
- 1.2. 药妆业线
 - 1.2.1. 药妆业线是什么
 - 1.2.2. 暴露水平
 - 1.2.3. 热点
 - 1.2.4. 冷点
- 1.3. 柜台
 - 1.3.1. 让人眼花缭乱的台面的技巧
 - 1.3.2. 柜台布局
 - 1.3.3. 柜台的重要性
 - 1.3.4. 季节性的柜台摆放
- 1.4. 现金管家智能提款机
 - 1.4.1. 定义
 - 1.4.2. 结构
 - 1.4.3. 它是用来做什么的
 - 1.4.4. 使用的好处
- 1.5. 药妆展示
 - 1.5.1. 让人眼花缭乱的台面的技巧
 - 1.5.2. 商店橱窗布局
 - 1.5.3 橱窗装饰的重要性
 - 1.5.4. 根据季节布置橱窗
- 1.6. 药妆店的卖进和卖出
 - 1.6.1. 卖进和卖出之间的区别
 - 1.6.2. 什么是卖进?
 - 1.6.3. 什么是卖出?
 - 1.6.4. 卖进和卖出作为业绩指标



- 1.7. 作为合作伙伴的供应商
 - 1.7.1. 供应商的参与
 - 1.7.2. 商品销售
 - 1.7.3. 供应商的类型
 - 1.7.4. 供应商和药妆店之间的协同作用
 - 1.8. 准药业的移动营销
 - 1.8.1. 定义
 - 1.8.2. 主要结构
 - 1.8.3. 目标
 - 1.8.4. 多设备
 - 1.9. 准药业的社会营销
 - 1.9.1. 定义
 - 1.9.2. 主要结构
 - 1.9.3. 目标
 - 1.9.4. 分析态度、信仰、价值观和行为
 - 1.10. 药妆店的视频营销
 - 1.10.1. 定义
 - 1.10.2. 主要结构
 - 1.10.3. 目标
 - 1.10.4. 视频内容和格式
 - 2.3. 销售管理
 - 2.3.1. 药店的销售活动
 - 2.3.2. POS作为药妆业的销售工具
 - 2.3.3. 成本和费用
 - 2.3.4. 净利润
 - 2.4. 药妆店的利润 PVL, PVF, PVP
 - 2.4.1. 什么是PVL
 - 2.4.2. PVP计算
 - 2.4.3. 净利润率, 以及PVL PVF和PVP之间的差异
 - 2.4.4. 如何提高利润率
 - 2.4.5. 药房的摊销
 - 2.5. 药妆店的销售计划
 - 2.5.1. 如何制定销售计划
 - 2.5.2. 客户忠诚度
 - 2.5.3. 销售激励计划
 - 2.5.4. 对销售人员的激励
 - 2.6. 研究准药业销售的工具
 - 2.6.1. 客户的购物体验
 - 2.6.2. 上升销售
 - 2.6.3. 交叉销售
 - 2.6.4. 盒装
 - 2.6.5. 为你的药妆店提供技术
 - 2.7. 主要软件: Farmatic, Unycop, Bitfarma
 - 2.7.1. 选择哪一个呢S.L.、C.B.或 S.A.或自营职业者
 - 2.7.2. 等值附加费
 - 2.8. 支付的类型
 - 2.8.1. 支付给供应商的款项
 - 2.8.2. 推迟付款
 - 2.9. 财务计划
 - 2.9.1. 投资计划
 - 2.9.2. 平衡
 - 2.9.3. 现金预算
 - 2.9.4. 中期损益表
 - 2.9.5. 财务部计划
- ## 模块2. 药妆店的盈利能力
- 2.1. 药店的会计和财务
 - 2.1.1. 会计基础知识
 - 2.1.2. 药妆店会计中的资产
 - 2.1.3. 准药业会计中的负债
 - 2.1.4. IVA的类型。税收
 - 2.2. 采购管理
 - 2.2.1. 供应商
 - 2.2.2. 库存管理
 - 2.2.3. A.B.C. 产品
 - 2.2.4. 在药妆业购买的类型

- 2.10. 药妆店的利润率
 - 2.10.1. 与供应商谈判
 - 2.10.2. 节省采购成本
 - 2.10.3. 对及时付款的供应商给予折扣
 - 2.10.4. 增加药妆店的开放时间

模块3.药妆店的营销计划

- 3.1. 营销的概念
 - 3.1.1. 一般营销简介
 - 3.1.2. 产品策略
 - 3.1.3. 价格策略
 - 3.1.4. 划分和定位
- 3.2. 药妆店营销计划的目标
 - 3.2.1. 推动实施药妆店销售领域的商业活动
 - 3.2.2. 增加药妆店产品的销售
 - 3.2.3. 药妆店的产品库存周转率
 - 3.2.4. 加强我们药妆店的品牌, 抗衡竞争
- 3.3. 药妆店的营销计划类型
 - 3.3.1. 宣传活动
 - 3.3.2. 证言活动
 - 3.3.3. RRSS营销活动
 - 3.3.4. 产品发布活动
- 3.4. 营销计划的步骤
 - 3.4.1. 进行外部和内部分析在外部, 有必要评估
 - 3.4.2. DAFO
 - 3.4.3. 建立沟通战略和行动计划
 - 3.4.4. 规划营销计划: 活动
 - 3.4.5. 与团队沟通
 - 3.4.6. 活动评估





- 3.5. 什么是药妆店病毒营销?
 - 3.5.1. 病毒营销的定义
 - 3.5.2. 口耳相传
 - 3.5.3. 病毒营销的范围
 - 3.5.4. 病毒营销的例子
- 3.6. 药妆店的身份
 - 3.6.1. 身份趋势
 - 3.6.2. 身份营销
 - 3.6.3. 身份技术
 - 3.6.4. 结论
- 3.7. 交叉销售技术
 - 3.7.1. 定义
 - 3.7.2. 主要技术
 - 3.7.3. 赚取利润
 - 3.7.4. 最佳做法
- 3.8. 药妆店的商品销售
 - 3.8.1. 商品销售的类型
 - 3.8.2. 不同的商品销售兴趣
 - 3.8.3. 供应商 "品牌形象"
 - 3.8.4. 消费者:种类和吸引力的选择
- 3.9. 消费者购买专业知识
 - 3.9.1. 客户类型
 - 3.9.2. 个性化定制
 - 3.9.3. 与客户沟通
 - 3.9.4. 与客户沟通的新技术
- 3.10. 药妆店销售分析
 - 3.10.1. 最畅销的产品
 - 3.10.2. 库存轮换、周期
 - 3.10.3. R.O.I
 - 3.10.4. 最畅销的产品清除库存

05 方法

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

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



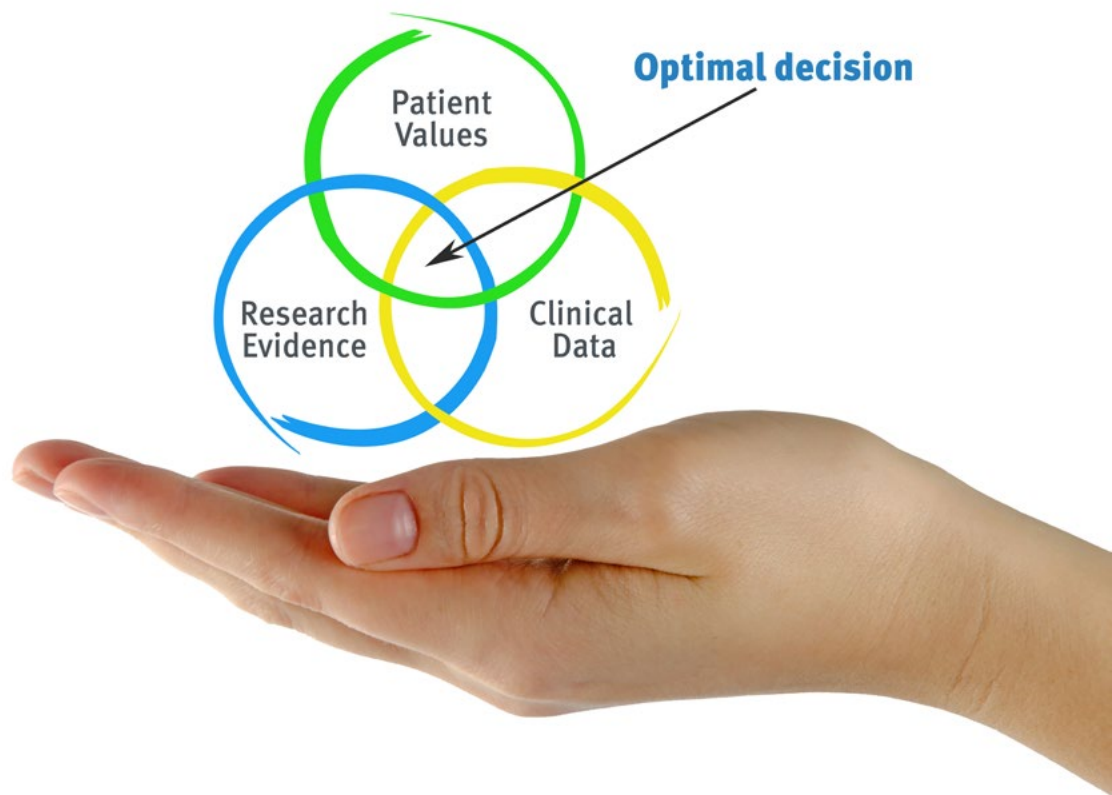


发现 Re-learning, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

在TECH, 我们使用案例法

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

和TECH, 你可以体验到一种正在动摇世界各地传统大学基础的学习方式。



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

“

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

该方法的有效性由四个关键成果来证明:

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



Re-learning 方法

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

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究: Re-learning。



药剂师将通过真实案例和在模拟学习环境中解决复杂情况来学习。这些模拟情境是使用最先进的软件开发的, 以促进沉浸式学习。

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

通过这种方法,我们已经培训了超过115000名药剂师,取得了空前的成功,在所有的临床专科手术中都是如此。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

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

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

根据国际最高标准,我们的学习系统的总分是8.01分。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

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

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



录像技术和程序

TECH使学生更接近最新的技术,最新的教育进展,以及当前药品护理程序的最前沿。所有这些,都是以第一人称,以最严格的方式进行解释和详细说明,以利于同化和理解。最重要的是,你可以想看几次就看几次。



互动式总结

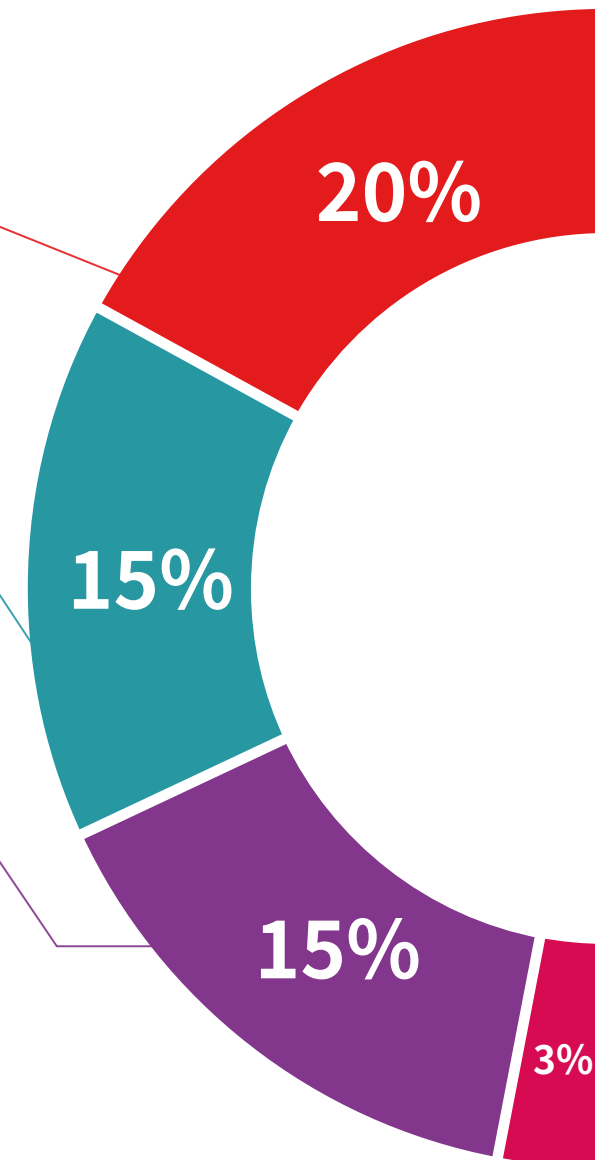
TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体丸中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。

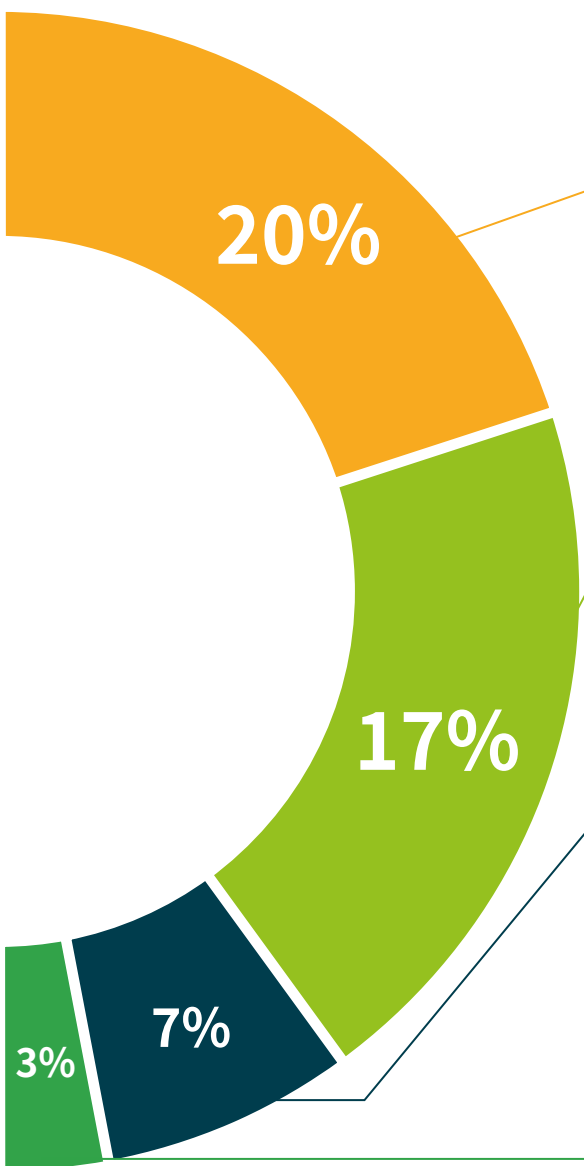
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”。



延伸阅读

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





由专家主导和开发的案例分析

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



测试和循环测试

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



大师课程

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



快速行动指南

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



06 学历

应用于药妆店的营销专科文凭除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

成功地完成这个学位,省去出门或办理文件的麻烦”

这个应用于药妆店的营销专科文凭包含了市场上最完整和最新的科学课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到TECH科技大学颁发的相应的专科文凭学位。

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

学位: 应用于药妆店的营销专科文凭

模式: 在线

时长: 6个月



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

tech 科学技术大学

专科文凭
应用于药妆店的营销

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

专科文凭

应用于药妆店的营销



tech 科学技术大学