

Universitätskurs

Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie



Universitätskurs Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/pharmazie/universitatskurs/marketingplan-pharmazeutischen-industrie

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 20

06

Qualifizierung

Seite 28

01

Präsentation

Das große Potenzial der Pharmaindustrie liegt nicht nur in den Vorteilen ihrer Produkte für die Gesundheit der Menschen, sondern auch in den hervorragenden Marketingstrategien. Aus diesem Grund ist es für Pharmazeuten unerlässlich, über die neuesten Trends in diesem Bereich, die Integration digitaler Tools für die Marktanalyse oder die verschiedenen Kommunikationsmittel auf dem Laufenden zu sein. Dies ist der Grundgedanke dieses 100%igen Online-Studiengangs von TECH. Ein Programm, das ein breites Spektrum an didaktisch hochwertigen Inhalten zum Thema Marketing perfekt mit der *Relearning*-Methode kombiniert, die es den Studenten ermöglicht, die behandelten Konzepte auf einfache und nachhaltige Weise zu festigen. Ein exzellenter Auffrischungsprozess mit Spezialisten aus der Branche.



“

*In nur 6 Wochen ermöglicht Ihnen dieser
Universitätskurs, mit den effektivsten
Techniken für die Erstellung von
pharmazeutischen Marketingplänen auf
dem neuesten Stand zu sein“*

Der Marketingplan bietet einen Bewertungsrahmen zur Messung der Leistung und der Auswirkungen der durchgeführten Maßnahmen. Er ermöglicht kontinuierliche Anpassungen und Verbesserungen des laufenden Prozesses oder zukünftiger Projekte. Er ist somit zu einem unverzichtbaren strategischen Instrument geworden, um die Effizienz und den Erfolg im Arzneimittelbereich zu fördern. In diesem Sinne ist es für den Apotheker unerlässlich, über die neuesten Entwicklungen in der Entwicklung und Definition von Strategien informiert zu sein.

Angesichts dieser Realität muss der Apotheker die Produktwerbung über die verschiedenen bestehenden Kommunikationskanäle beherrschen, indem er eine vorherige Marktanalyse durchführt und die wirksamsten Überzeugungstechniken anwendet. Vor diesem Hintergrund wurde der Universitätskurs in Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie entwickelt, der es den Studenten ermöglicht, ihre Strategie von Anfang bis Ende zu definieren und sie in diesem Sektor erfolgreich umzusetzen.

Es handelt sich um ein Programm, in dem Sie sich eingehend mit der Definition von Zielen, der Vermarktung von *Consumer Care*, Krankenhäusern, Generika, Nahrungsergänzungsmitteln oder der Entwicklung von *Branding* befassen werden. Dieser aktualisierte Inhalt wird noch attraktiver durch die multimedialen Lehrmittel und das *Relearning*-System, das die Konsolidierung der behandelten Konzepte und die Verkürzung der langen Studienzeiten begünstigt.

Berufstätige haben es also mit einem Universitätsabschluss zu tun, dessen 100%ige Online-Methodik ihnen die nötige Flexibilität bietet, um ihre täglichen Aktivitäten mit einer akademischen Option auf hohem Niveau in Einklang zu bringen. Sie benötigen lediglich ein elektronisches Gerät mit Internetanschluss, um die auf der virtuellen Plattform angebotenen Inhalte zu jeder Tageszeit abrufen zu können.

Dieser **Universitätskurs in Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt. Die wichtigsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten der Pharmazie präsentiert werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens genutzt werden kann
- ♦ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Mit diesem Universitätsabschluss sind Sie auf dem neuesten Stand in der Anwendung der SMART-Strategie für die Definition von Marketingplänen“

“

Eine flexible akademische Option, die 150 Stunden rigoroser und aktueller Informationen über Marketingpläne in der pharmazeutischen Industrie umfasst“

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Dank dieses 100%igen Online-Programms werden Sie mit den neuesten Techniken der Marktanalyse von OTC-Produkten vertraut gemacht.

Sie erhalten ein umfassendes Update über die besten Marketinginstrumente, die im Pharmasektor eingesetzt werden.



02 Ziele

Ziel dieses Universitätskurses ist es, die Fähigkeiten von Apothekern zur Entwicklung von Marketingstrategien in ihrem Sektor zu verbessern. Um dieses Ziel zu erreichen, stellt TECH zahlreiche didaktische Materialien zur Verfügung, die die neuesten Technologien des aktuellen akademischen Panoramas nutzen. Darüber hinaus steht den Studenten ein spezialisiertes Dozententeam zur Verfügung, das ihnen bei Fragen zum Inhalt des Programms zur Seite steht.

“

Die Fallstudien ermöglichen einen viel näheren und realistischeren Zugang zu effektiven Marketingstrategien in der pharmazeutischen Industrie“



Allgemeine Ziele

- ♦ Erwerben von Fachwissen in der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Erwerben eines umfassenden Wissens über die pharmazeutische Industrie
- ♦ Eintauchen in die neuesten Entwicklungen in der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Verstehen der Struktur und Funktionsweise der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Verstehen des Wettbewerbsumfelds der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Verstehen von Marktforschungskonzepten und -methodiken
- ♦ Anwenden von Marktforschungstechnologien und -instrumenten
- ♦ Entwickeln spezifischer Verkaufskompetenzen für die pharmazeutische Industrie
- ♦ Verstehen des Verkaufszyklus in der pharmazeutischen Industrie
- ♦ Analysieren des Kundenverhaltens und der Marktbedürfnisse
- ♦ Entwickeln von Führungskompetenzen
- ♦ Verstehen der spezifischen Aspekte des Managements in der Pharmazeutischen Industrie
- ♦ Anwenden von Techniken des Projektmanagements
- ♦ Verstehen der Prinzipien und Grundlagen des Marketings in der pharmazeutischen Industrie





Spezifische Ziele

- ♦ Vertiefen der Grundlagen des pharmazeutischen Marketings
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten bei der Ausarbeitung von Marketingplänen
- ♦ Eingehen auf die Merkmale und Bedürfnisse der Kunden in der pharmazeutischen Industrie

“

Vertiefen Sie, wann immer Sie wollen, von Ihrem Computer mit Internetanschluss aus die Techniken zur Leistungsmessung, die von den großen Marketingexperten verwendet werden“

03

Kursleitung

TECH bezieht in alle ihre Programme anerkannte und erfahrene Experten in ihren jeweiligen Bereichen ein, um den Studenten qualitativ hochwertige Inhalte zu bieten. Auf diese Weise erhalten die Fachleute in diesem Universitätskurs Inhalte auf höchstem Niveau, die von versierten Spezialisten mit langjähriger Erfahrung im pharmazeutischen Umfeld und im digitalen Marketing entwickelt wurden. Die Studenten haben die Garantie, ein komplettes Update zu erhalten, das ihre Karriere in der pharmazeutischen Industrie prägen wird.





“

*Holen Sie sich ein komplettes Update
zum Thema Pharmazeutisches
Marketing mit großen Experten des
Sektors“*

Leitung



Hr. Calderón, Carlos

- ♦ Marketing- und Werbemanager bei Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano SA
- ♦ Marketing- und Werbeberater bei Experiencia MKT
- ♦ Marketing- und Werbemanager bei Marco Aldany
- ♦ CEO und Kreativdirektor bei C&C Advertising
- ♦ Marketing- und Werbemanager bei Elsevier
- ♦ Kreativdirektor bei CPM Consultores de Publicidad y Marketing
- ♦ Werbetechniker bei CEV in Madrid



Hr. Expósito Esteban, Alejandro

- ♦ Digitaler Direktor für Innovation und Geschäftsbetrieb bei der Merck-Gruppe
- ♦ Direktor für digitale und neue Technologien bei McDonalds Spanien
- ♦ Direktor für Allianzen und Vertriebskanäle bei Microma The Service Group
- ♦ Direktor für Kundendienst bei Pc City Spain SAU



Professoren

Hr. Rodríguez Muñoz, Rubén

- ◆ Direktor für Impfstoffmarketing bei GSK
- ◆ Manager für Impfstoffe für Erwachsene und Markteinführungsleiter bei GSK
- ◆ Market Access Manager bei Baxter International Inc.
- ◆ Gebietsmanager Gesundheit bei Bayer
- ◆ Product Manager bei Bayer
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der ESIC Business School
- ◆ Masterstudiengang in Handels- und Marketingmanagement in der Pharmazeutischen Industrie vom Zentrum für Höhere Studien der Pharmaindustrie (CESIF)
- ◆ Masterstudiengang in Gesundheitsbewertung und Marktzugang (Pharmakoökonomie) an der Universität Carlos III von Madrid

04

Struktur und Inhalt

Dieser Universitätskurs wurde mit dem Ziel strukturiert, über einen Zeitraum von 6 Wochen die neuesten Konzepte im Zusammenhang mit der Entwicklung von Marketingplänen für den pharmazeutischen Bereich zu vermitteln. Auf diese Weise werden die Apotheker unter anderem mit der Definition von Zielen, *Public Relations*, *Branding* und Trends im Ernährungsmarketing vertraut gemacht. All dies mit Hilfe von didaktischen Ressourcen wie speziellen Lektüren und interaktiven Zusammenfassungen, die in einer virtuellen Bibliothek gehostet werden, auf die sie 24 Stunden am Tag und ohne jegliche Einschränkungen zugreifen können.



“

*Mit der Relearning-Methode können Sie
Ihr Wissen auf einfache Weise und ohne
großen Aufwand vertiefen"*

Modul 1. Pharmazeutischer Marketingplan

- 1.1. Grundlage des pharmazeutischen Marketingplans
 - 1.1.1. Analyse des Umfelds
 - 1.1.2. Gelegenheiten
 - 1.1.3. Bedrohungen
 - 1.1.4. Implementierung
- 1.2. Die Ziele des Marketingplans
 - 1.2.1. SMART-Ziele
 - 1.2.2. Ziele für die Marktdurchdringung
 - 1.2.3. Ziele für das Umsatzwachstum
 - 1.2.4. Ziele für die Kundentreue
- 1.3. Gesamtstrategie des Marketingplans
 - 1.3.1. Definition der Vision
 - 1.3.2. Festlegung der Ziele
 - 1.3.3. Instrumente des Marketingplans
 - 1.3.4. Schlussfolgerungen
- 1.4. OTC-Marketing
 - 1.4.1. Analyse des OTC-Marktes
 - 1.4.2. Entwicklung einer Strategie
 - 1.4.3. Verpackungsdesign
 - 1.4.4. Entwicklung einer Expansionsstrategie
- 1.5. Marketing für *Consumer Care*
 - 1.5.1. *Branding*
 - 1.5.2. Einsatz von digitalem Marketing
 - 1.5.3. Definition von Kernstrategien
 - 1.5.4. Schlussfolgerungen
- 1.6. Medizinisches Marketing
 - 1.6.1. Besondere Bedürfnisse
 - 1.6.2. Öffentlichkeitsarbeit
 - 1.6.3. Management von medizinischen Konferenzen
 - 1.6.4. Strategien für Kliniken





- 1.7. Vermarktung von Ernährungskomponenten
 - 1.7.1. Leistungsmessung
 - 1.7.2. Trends in der Vermarktung von Nahrungsmitteln
 - 1.7.3. Fortschritte im Ernährungsmarketing
 - 1.7.4. Schlussfolgerungen
- 1.8. Vermarktung von generischen Produkten
 - 1.8.1. Aufklärung der Verbraucher
 - 1.8.2. Branding und Etikettierung
 - 1.8.3. PPV
 - 1.8.4. Schlussfolgerung
- 1.9. Vermarktung von Krankenhausprodukten
 - 1.9.1. Identifizierung des Zielmarktes
 - 1.9.2. Zusammenarbeit mit Lieferanten
 - 1.9.3. Vorführungen
 - 1.9.4. Schlussfolgerung
- 1.10. Digitales Marketing in der Pharmaindustrie
 - 1.10.1. Suchmaschinenoptimierung
 - 1.10.2. PPC
 - 1.10.3. Mobile Marketing-Strategien
 - 1.10.4. E-Mail-Marketing

“

Dank dieses Abschlusses werden Sie in der Lage sein, Ihr pharmazeutisches Projekt in digitalen Umgebungen zu positionieren"

05

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Bei TECH verwenden wir die Fallmethode

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren simulierten klinischen Fällen konfrontiert, die auf realen Patienten basieren und in denen sie Untersuchungen durchführen, Hypothesen aufstellen und schließlich die Situation lösen müssen. Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Belege für die Wirksamkeit der Methode. Die Pharmazeuten lernen mit der Zeit besser, schneller und nachhaltiger.

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt.



Nach Dr. Gervas ist der klinische Fall die kommentierte Darstellung eines Patienten oder einer Gruppe von Patienten, die zu einem "Fall" wird, einem Beispiel oder Modell, das eine besondere klinische Komponente veranschaulicht, sei es wegen seiner Lehrkraft oder wegen seiner Einzigartigkeit oder Seltenheit. Es ist wichtig, dass der Fall auf dem aktuellen Berufsleben basiert und versucht, die tatsächlichen Bedingungen in der Berufspraxis des Pharmazeuten nachzustellen.

“

Wussten Sie, dass diese Methode im Jahr 1912 in Harvard, für Jurastudenten entwickelt wurde? Die Fallmethode bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, in denen sie Entscheidungen treffen und begründen mussten, wie sie diese lösen könnten. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Pharmazeuten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen, die die Bewertung realer Situationen und die Anwendung von Wissen beinhalten.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.



Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Der Pharmazeut lernt durch reale Fälle und die Lösung komplexer Situationen in simulierten Lernumgebungen. Diese Simulationen werden mit modernster Software entwickelt, die ein immersives Lernen ermöglicht.



Die Relearning-Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, hat es geschafft, die Gesamtzufriedenheit der Fachleute, die ihr Studium abgeschlossen haben, im Hinblick auf die Qualitätsindikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität (Columbia University) zu verbessern.

Mit dieser Methode wurden mehr als 115.000 Pharmazeuten mit beispiellosem Erfolg in allen klinischen Fachbereichen fortgebildet, unabhängig von der praktischen Belastung. Diese pädagogische Methodik wurde in einem sehr anspruchsvollen Umfeld entwickelt, mit einer Studentenschaft mit einem hohen sozioökonomischen Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert.

Die Gesamtnote des TECH-Lernsystems beträgt 8,01 und entspricht den höchsten internationalen Standards.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den pharmazeutischen Fachkräften, die den Kurs leiten werden, speziell für diesen Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist..

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Techniken und Verfahren auf Video

TECH bringt dem Studenten die neuesten Techniken, die neuesten pädagogischen Fortschritte und die aktuellsten Verfahren der pharmazeutischen Versorgung näher. All dies in der ersten Person, mit äußerster Präzision, erklärt und detailliert, um zur Assimilation und zum Verständnis beizutragen. Und das Beste ist, dass Sie sie so oft anschauen können, wie Sie wollen.



Interaktive Zusammenfassungen

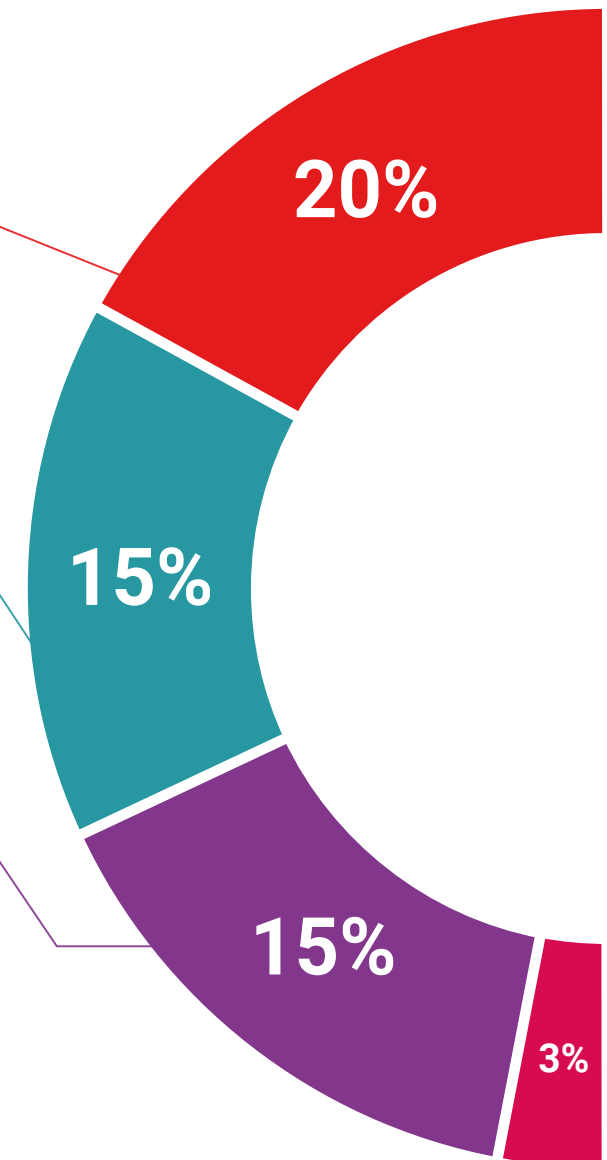
Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

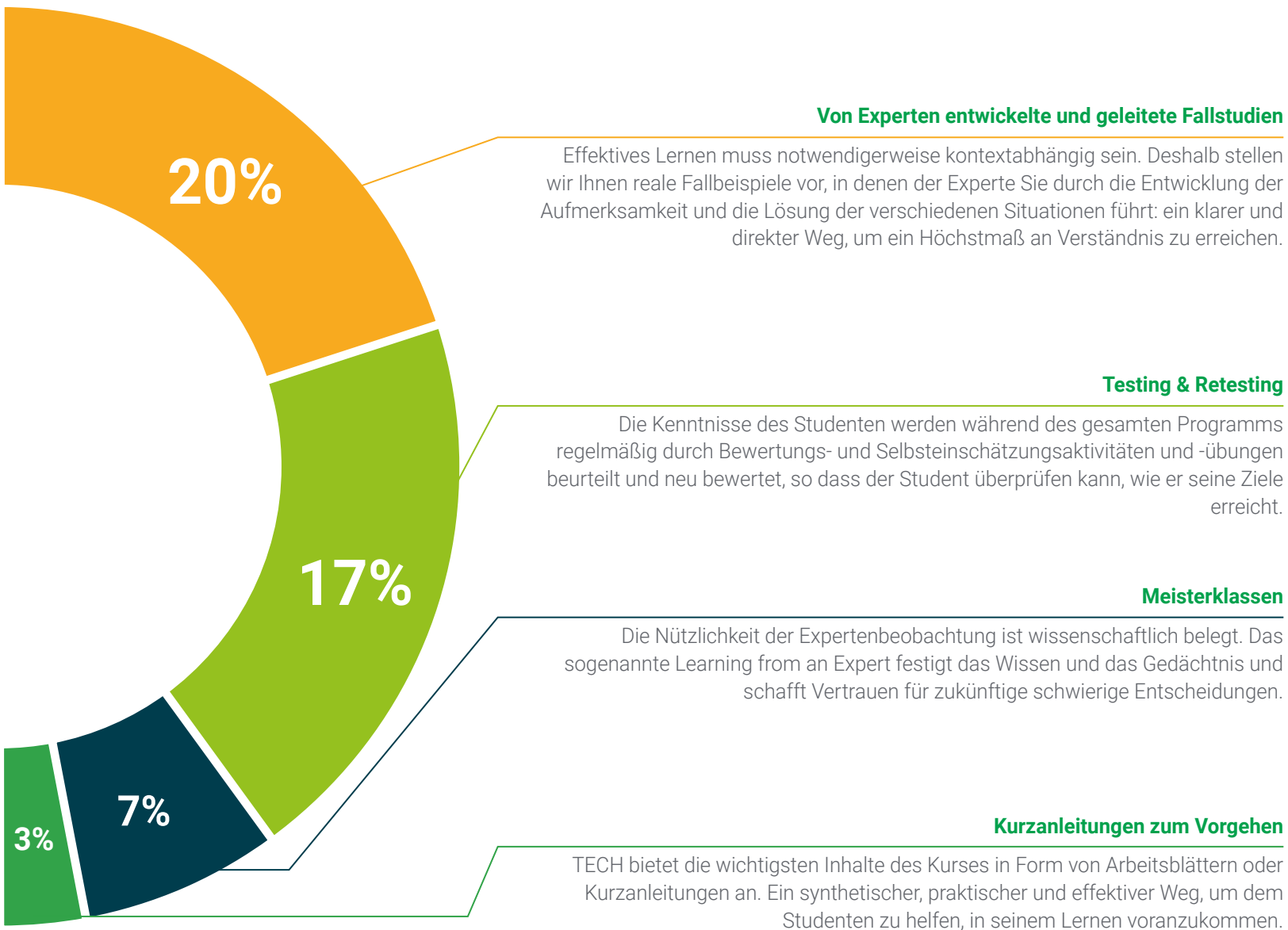
Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren
Universitätsabschluss ohne lästige Reisen
oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätskurs in Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie** enthält das vollständigste und aktuellste wissenschaftliche Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätskurs in Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **150 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoeren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs
Marketingplan in der
Pharmazeutischen Industrie

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Marketingplan in der Pharmazeutischen Industrie

