

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ:
“ADVANCED CERTIFICATE IN STRATEGIC PHARMACEUTICAL MARKETING”

ΕΝΑΡΞΗ 25/04/2015

 ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ: **ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ** (ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ: *Ι. ΠΟΛΛΑΛΗΣ Καθ. Παν/μίου Πειραιά*)

ΟΡΓΑΝΩΣΗ: ΕΕΦΑΜ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΦΟΡΕΑΣ: PROFESSIONAL TEAM

A/A	Ενότητα	Θέματα Ενότητας	Διάρκεια Ενότητας	Διάρκεια /Θέμα	Ημ/νία
1	Εισαγωγή	Εισαγωγή στο πρόγραμμα	1h	1	25/4/15
2	Περιβάλλον	<ul style="list-style-type: none"> Εξελίξεις στη Διεθνή & Ελληνική φαρμακευτική αγορά & οι επιδράσεις των αλλαγών στην Υγεία Οι Επαγγελματίες Υγείας σήμερα Ο ενημερωμένος ασθενής Αναλύοντας τους ρόλους στα τμήματα μιας Φαρμακευτικής Εταιρείας 	5h	1.5 1.5 2	25/4/15
3	Κανονιστικό Περιβάλλον	<ul style="list-style-type: none"> Ρυθμιστικά & Νομικά θέματα (Διαδικασίες έγκρισης, κατηγορίες φαρμάκων/συσκευών) Κώδικες δεοντολογίας (ΕΟΦ, ΣΦΕΕ) στη φαρμακευτική αγορά 	6h	3 3	9/5/15
4	MEDICO-Marketing	<ul style="list-style-type: none"> Κλινικές & Επιδημιολογικές μελέτες & πρωτόκολλα. Χρήση τους στο Marketing Καμπάνιες ενημέρωσης κοινού (για ασθένειες) 	6h	3 3	23/5/15
5	Market access	<ul style="list-style-type: none"> Αρχές τιμολόγησης, αποζημίωση από ασφαλιστικά ταμεία Φαρμακοοικονομία 	6h	3 3	6/6/15
6	Στρατηγική	<ul style="list-style-type: none"> Στρατηγική στο Φαρμακευτικό Μάρκετινγκ Εφαρμογές σε διαφορετικές αγορές Τα βήματα της Στρατηγικής Μεταλαμπαδεύοντας την εταιρική στρατηγική στο τμήμα πωλήσεων 	3h	3	20/6/15
7	Μέθοδος Το Marketing Plan	<ul style="list-style-type: none"> BOSTON CONSULTANT'S MATRIX – εφαρμογές στην φαρμακευτική αγορά Απειλές και Ευκαιρίες στην σύγχρονη φαρμακευτική αγορά (SWOT ANALYSIS) Segmentation & Targeting – εντοπίζοντας τις ανάγκες γιατρών, φαρμακοποιών και ασθενών Positioning Προϊόντος – εναρμονίζοντας τις επιθυμίες του ασθενή και του γιατρού Το Μίγμα Μάρκετινγκ στην Φαρμακευτική Αγορά Media & PR Υλικά προώθησης 	27h	3 6 3 3 6 2 4	20/6/15 4/7/15 18/7/15 25/7/15 5/9/15
8	Εργαλεία	<ul style="list-style-type: none"> Έρευνα αγοράς & εργαλεία τύπου IMS-ΟΣΦΕ E-Marketing – Γνώση & αποτελεσματική χρήση νέων τεχνολογιών / μεθόδων προώθησης Τεχνικές Επικοινωνίας 	12h	6 3 3	12/9/15 26/9/15
9	Οικονομικά για Marketers	Οικονομικοί δείκτες, Προϋπολογισμοί, Απολογισμοί, Αποκλίσεις, M.I.S	6h	6	10/10/15
10	Business Unit Management	<ul style="list-style-type: none"> Διαχείριση κρίσεων Πωλήσεις: Οργάνωση - Διοίκηση 	6h	3 3	24/10/15
11	Ανάπτυξη & Αξιολόγηση Ατόμου & Ομάδας	<ul style="list-style-type: none"> Δημιουργία & Απόδοση της ομάδας Η τέχνη της διοίκησης Ανάπτυξη & Αξιολόγηση ανθρώπων Διατμηματική συνεργασία Επικοινωνία με τους int/ext stakeholders 	6h		7/11/15
12	Ομάδες & Παρουσίαση Εργασιών	<ul style="list-style-type: none"> TEST Γνώσεων Παρουσίαση εργασιών και αξιολόγηση 	6h		21/11/15
Σύνολο			90		

