Цель практикума:
- Подготовить профессионалов в сфере фармамаркетинга, обладающих специализированными знаниями и умениями для работы на позиции продавца-менеджера
- Повысить квалификацию специалистов-маркетологов

Программа:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Модуль</th>
<th>Тематика (разделы бриф-плана)</th>
<th>Программа (практическая часть)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Модуль 1</td>
<td>Маркетинг, основные понятия Функциональные обязанности продавца-менеджера Основные правила визуализации текста и цифр Анализик для маркетолога Рынок, сегментация и целевой аудитория</td>
<td>Структура бриф-плана, особенности его презентации и защиты Маркетинговые показатели и индикаторы: значения, расчет, влияние бренда-плана</td>
</tr>
<tr>
<td>Модуль 2</td>
<td>Позиционирование и выбор стратегии Слоган и ключевые сообщения Маркетинговые исследования Копирайт, регуляторные аспекты/право в фармамаркетинге</td>
<td>Работа над созданием промо-стратегии Учение результатов маркетинговых исследований</td>
</tr>
<tr>
<td>Модуль 3</td>
<td>Продвижение продаж Формирование товарных акций Управление отложенными товары Управление CRM (функции для маркетолога) Практическая бухгалтерия документации Клиентская база/CRM: роль в работе маркетолога</td>
<td>Составление прогноза продаж и планов продаж Для продвижения товаров Анализ систем и продуктов Анализ финансовых показателей Работа с показателями CRM</td>
</tr>
<tr>
<td>Модуль 4</td>
<td>Продукция и расчет необходимых ресурсов Выборка нового продукта (цен) РЗ как инструмент продвижения Адвертисинг, digital marketing Работа с лидерами мнений Работа со специализированной прессой Взаимодействие с врачами</td>
<td>Составление прайс-листа Работа с планами: виды, приемы, цен Четкая основных показателей: анализ Составление обзора</td>
</tr>
<tr>
<td>Модуль 5</td>
<td>Структура предприятия: как создать историю Основы проектного менеджмента Переговоры: стратегия успеха Подготовка к собеседованию</td>
<td>Составление реальных ЧАВО — сессий по бриф-плану Индивидуальная защита бриф-плана Встреча с работниками</td>
</tr>
</tbody>
</table>

После обучения Вы
- Понимаете и знаете основы маркетинга, оперируете фундаментальными понятиями и определениями
- Самостоятельно создаете и обосновываете бриф-план, включая ценообразование, маркетинговые стратегии, бюджеты, бюджетные планы и т.п.
- Умете работать с креативными РЗ-агентствами, издательствами, лидерами мнений, а также владеете актуальной базой контактов компаний-партнеров
- Ориентируетесь в смежных сферах: взаимодействие с финансовыми, логистическими, юридическими, контролирующими, регистрационными инстанциями, а также ведете свои собственные контакты компаний-партнеров
- Имеете шаблоны документов, необходимых в дальнейшей работе
- Готовы к собеседованию на позицию продавца-менеджера

Почему ФАРМАШКОЛА
- Специализация на фармакологии — примеры и опыт фармакологии, включая международные и отечественные компании
- Системный подход к практической направленности, включая шаблоны документов, готовые для работы
- Контакты партнеров, специализирующихся на фармакологии
- Индивидуальный подход — развитие персональных навыков и компетенций, консультирование, поддержка в процессе испытательного срока
- Подготовка к собеседованию
- Встреча с потенциальными работодателями и возможность труда уже во время учебы

Другие программы:
- КакСтатьKAMом — старт 14 октября
- КакСтатьРегиональнымМенеджером — старт 21 октября

Более на www.pharmashschool.com.ua