

1^{er} Mastercourse

PHARMACEUTICAL PRODUCT MANAGEMENT **PPM**

Para Product Managers
de la Industria Farmacéutica

Forme a su equipo de
Product Managers y mejore
sus competencias

Impartido por Laboratorios líderes
y Expertos de la Industria
Ver página 3

Sólo 30 Plazas

El Curso Intensivo para dominar el Check List del Product Management

- Procedimientos de Registro de Medicamentos y Legislación en materia de promoción
- Estudio de Mercado
- Estrategia de Marketing Farmacéutico
- El Plan de Marketing
- Sistemas de Información e Internet
- Promoción
- Análisis Financiero
- Desarrollo de Habilidades Directivas
 - Trabajo en Equipo
 - Negociación y Técnicas de Ventas
 - Time Management
 - Presentaciones Eficaces

Publicaciones Oficiales

Farmacia
acción

PIFARMA

Madrid • 3, 7, 10, 13, 17, 20, 24 y 28 de Febrero de 2003 • Hotel NH Principe de Vergara

Barcelona • 5, 6, 7, 12 y 13 de Marzo de 2003 • Hotel NH Rallye



Estimada/o Profesional:

Nos complace presentarle el 1^{er} Mastercourse PHARMACEUTICAL PRODUCT MANAGEMENT para Product Managers, diseñado por **IIR España** con la participación de laboratorios líderes del Sector Farmacéutico.

Le ofrecemos un completo e intensivo programa formativo de 40 horas de duración, avalado por el prestigio de expertos profesionales de la Industria Farmacéutica, y nuestros formadores, todos ellos con gran experiencia en el entrenamiento de habilidades.

Vd. tiene la oportunidad de profundizar en las áreas que un Product Manager del Sector Farmacéutico debe dominar como: Legislación, Estudio de Mercado, Estrategia de Marketing y Ventas, Sistemas de Información e Internet, Plan de Marketing, Promoción, Formación Financiera y los módulos orientados al Desarrollo de Habilidades: Trabajo en Equipo, Gestión del Tiempo y Planificación, Negociación y Técnicas de Ventas, y Presentaciones Eficaces.

Nuestros Instructores impartirán una formación intensiva, en módulos de 2, 4 y 8 horas, con casos prácticos, para que Vd. domine las herramientas del Pharmaceutical Product Management, y además:

- Conozca los procedimientos europeos de registro de medicamentos
- Elija la investigación de mercado según el ciclo de vida del producto
- Domine los términos financieros-contables
- Elabore un plan de marketing completo
- Defina estrategias de comunicación y promoción reforzando la relación con el cliente
- Diseñe literaturas para productos farmacéuticos
- Analice las posibilidades de Internet en el Sector Farmacéutico
- Desarrolle habilidades de negociación para alcanzar acuerdos satisfactorios
- Potencie el trabajo en equipo
- Planifique y organice el tiempo para establecer prioridades
- Aplique las técnicas y habilidades de comunicación para mejorar sus presentaciones

Asista a este Mastercourse único, hecho a su medida, y benefíciense de la oportunidad de acceder al mejor mix de información-formación.

Esperando conocerle personalmente en Madrid o en Barcelona, hasta entonces, le enviamos un cordial saludo,



Silvia Alvarez del Monte
Directora de Programas. IIR España

P.D. ¡Asista a este programa intensivo y profundice en todas las áreas claves del Pharmaceutical Product Management!

Certificado de Aprovechamiento

Finalizado el Mastercourse IIR hará entrega del correspondiente certificado de aprovechamiento a todos los asistentes



OFERTA EXCLUSIVA PARA LOS ASISTENTES

IIR ofrece a todos los asistentes una suscripción gratuita de 2 meses a "NUESTRA FARMACIA ACTUAL" y de 3 meses a "PM FARMA", efectivas a partir de la fecha de celebración de estas Jornadas



M^{re} Luisa García Aparicio
Business Intelligence Managers
PFIZER CONSUMER HEALTHCARE



Jordi Aparici
Jefe de Investigación de Mercados
ALMIRALL PRODESFARMA



Xavier Martínez Martínez
Director de Compras
GRUPO BOEHRINGER INGELHEIM



Pilar de la Huerta Martínez
Directora de Desarrollo de Negocio
GRUPO ZELTIA



José Sobrino
Socio Consultor
ACAP CONSULTORES



Pedro Gioya
Socio Consultor
TEIC



Angela Gorostizu
Directora y Socia
G&L TRAINING GROUP



Antonio Ucha Domingo
Director
AU CONSULTORES



Juan Antonio Sacristán
Marketing Research Manager
ROCHE FARMA



José Luis Gutiérrez
Jefe Producto Oncología
ASTRAZENECA FARMACEUTICA SPAIN



Juan Carlos Serra
Presidente Ejecutivo
BARCELONA INTERNATIONAL
MARKETING MEETING (BIMM)
Profesor Asociado de Marketing
Farmacéutico. EADA
Socio Director. ATRIL Y HABILITAS



Juan Francisco Martín Gil
Director Gerente
ESTAY GRUPO CONSULTOR



Cristina Alonso-Peces
Técnica Senior de Registros
ULLY



Esther Puche
Técnica de Registros
MERCK FARMA Y QUIMICA



Juan Carlos Santé Serna
Business Unit Manager
JANSSEN-CILAG

- ¿Quién? Estrategia de segmentación. Cómo definir nuestro target de forma eficaz
- ¿Qué comunicar? Estrategia de posicionamiento. Metodología para definir un posicionamiento farmacéutico de forma clara y sencilla

- ¿Cómo comunicar? Estrategia de comunicación y promoción. Cómo definir los canales más precisos que impliquen una alta rentabilidad de nuestras acciones
- Marketing Situacional. Una nueva metodología para integrar todas las estrategias de la compañía buscando como eje fundamental la relación de nuestra fuerza de ventas con el cliente

Madrid

Juan Carlos Santé
Business Unit Manager
JANSSEN-CILAG

Barcelona

Juan Carlos Serra
Presidente Ejecutivo. BARCELONA INTERNATIONAL MARKETING MEETING (BIMM)
Profesor Asociado de Marketing Farmacéutico. EADA
Socio Director. ATRIL Y HABILITAS

- Internet: situación actual en Sanidad y en otros sectores
- Marketing y comunicación en Internet: información, el visitador médico virtual, e-learning, B2B...
- Cómo debe ser la web

- CRM y su implantación en Sanidad
- El DTC en el sector sanitario: qué hacer, cómo y el marco legal

Madrid

Juan Carlos Santé
Business Unit Manager
JANSSEN-CILAG

Barcelona

Juan Carlos Serra
Presidente Ejecutivo
BARCELONA INTERNATIONAL MARKETING MEETING (BIMM)
Profesor Asociado de Marketing Farmacéutico. EADA
Socio Director. ATRIL Y HABILITAS

Materiales de Promoción

- Monografías
- Literaturas
- Separatas
- Anuncios
- Actos científicos

En función del perfil de los asistentes se tratarán estos puntos para fármacos éticos, productos hospitalarios y/o productos OTC

- Qué mensajes comunicar
- Cómo comunicar
- Cómo trabajar con la agencia de publicidad

TALLER: Diseño de una literatura (en función del perfil del asistente, se harán varios grupos para hacer literaturas de un producto hospitalario, uno de OTC y uno de atención primaria)

Madrid

José Luis Gutiérrez
Jefe de Producto de Oncología
ASTRAZENECA FARMACEUTICA SPAIN

Barcelona

Juan Carlos Serra
Presidente Ejecutivo
BARCELONA INTERNATIONAL MARKETING MEETING (BIMM)
Profesor Asociado de Marketing Farmacéutico. EADA
Socio Director. ATRIL Y HABILITAS

