

# Curso de Formação para o Marketing Farmacêutico

## Carga Horária

- 08h00 (divididas em 2 ou 4 sessões)

## Público

- Representantes / Consultores
- Gerentes Distritais
- Early Potentials (Jovens Talentos)
- Neófitos em Marketing Farmacêutico
- Plano de Carreira em Marketing

## Formato

- In Company (exclusivo para Empresas)
- Presencial ou Streaming (ao vivo)

## Informações

- WhatsApp: (11) 9.4343.1617
- e-Mail: [treinamento.desenvolvimento@sbtd.com.br](mailto:treinamento.desenvolvimento@sbtd.com.br)



Cesar Rodrigues  
Facilitador



# Introdução

## Curso de Formação para o Marketing Farmacêutico

O Curso de “**Formação para o Marketing Farmacêutico**” proporciona uma visão de 360° da função da gestão de marketing de produto: responsabilidades, seu dia-a-dia, seus processos, ferramentas, interações com outras funções e seus desafios.



# Propósito

## Curso de Formação para o Marketing Farmacêutico

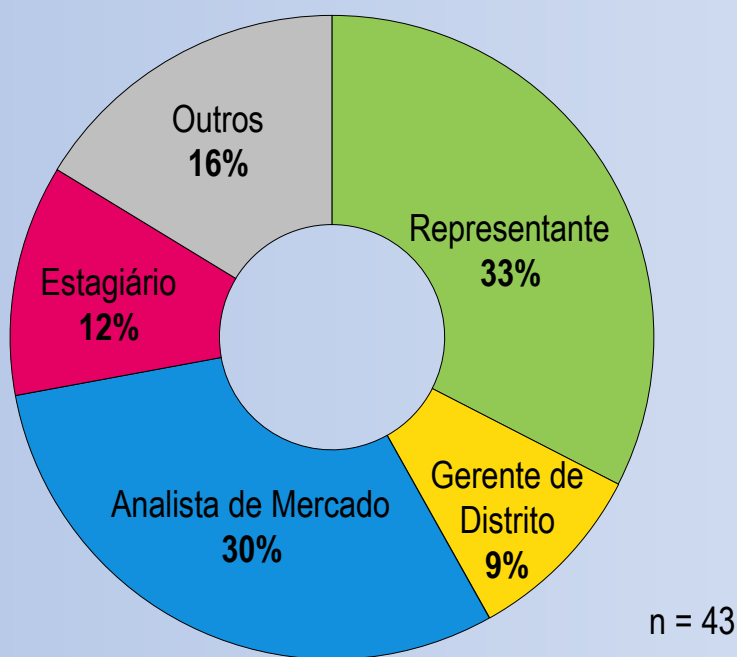
- Dar **conhecimento e ferramentas** que permitam que o(a) profissional em desenvolvimento esteja preparado(a) para exercer a gestão de marketing de produto, **conhecendo seu contexto, suas responsabilidades e seu perímetro.**
- Informar aos profissionais interessados em posições no marketing da realidade e do dia-a-dia da função, desmitificando-a e permitindo que respondam a pergunta: **“essa é uma carreira que quero trilhar?”**



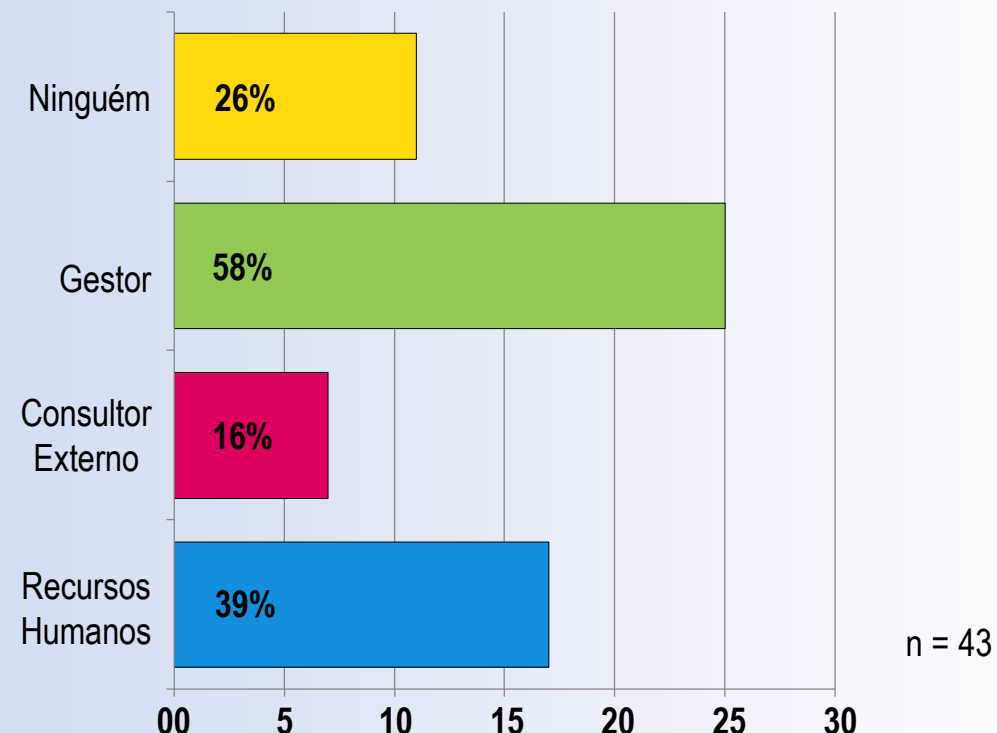
# Representantes: Fonte de Talento para o Marketing

Frequente despreparo para exercer funções no marketing

**Gestão de Marketing de Produto**  
**Função Anterior do(a) Incumbente**



**Ao assumir a função foram treinados por...**  
**(respostas múltiplas)**



42% dos incumbentes vêm do campo e ¼ não recebe qualquer preparação para a função

# Profissionais de Marketing vindos do Campo

## Dificuldades

- Representantes vêm para uma posição no marketing e deparam-se com uma realidade inesperada: **responsabilidades, tarefas e interações desconhecidas para quem opera no ambiente externo.**
- A ideia que tinham do que era “fazer marketing” não coincide com as demandas do **dia-a-dia da função.**
- Sem preparação e frequentemente sem quem lhes dê treinamento, **ex-Representantes experimentam insegurança, frustração, decepção** e, não raro, decidem voltar a atuar no campo.



# Como superar essas dificuldades?

## Preparação e Treinamento

O Curso de “**Formação para o Marketing Farmacêutico**” maximiza a probabilidade de êxito nas promoções do campo para o marketing ou para movimentações internas de carreira, preparando candidatos, facilitando a transição entre as áreas distintas e identificando os Profissionais que demonstram maior aptidão.



### Módulo 1 – Fundamentos / Marketing Mix

- Fundamentos da disciplina de Marketing
- O papel da gestão do Marketing de Produto
- O mix do Marketing Farmacêutico: Produtos
- O mix do Marketing Farmacêutico: Serviços

### Módulo 2 – Marketing Mix

- O mix do Marketing Farmacêutico: Promoção
- O mix do Marketing Farmacêutico: Ponto de Venda
- O mix do Marketing Farmacêutico: Preços
- O mix do Marketing Farmacêutico: Valor

Os **módulos 1 e 2** proporcionam aos participantes os alicerces da posição:  
o conceito de Marketing, a função da gestão de Marketing de Produto, e o Marketing Mix aplicado ao Mercado Farmacêutico.

### Módulo 3 – Dia-a-dia da Função

- Relatórios de Vendas & Forecasting
- Auditorias de Mercado
- Pesquisa Mercadológica
- Parceiros & Funções de Suporte
- Agência de Comunicação

### Módulo 4 – Posicionamento & Estratégia

- Segmentação, Targeting & Posicionamento
- Estratégia & Táticas
- O Plano de Marketing
- Proatividade e Propostas de Marketing
- Análise de Caso: posicionando um novo produto

Os **módulos 3 e 4** expõe temas práticos e avançados de maneira clara, baseados em cases e *best practices*.

### **Antonio Cesar Rodrigues**



**Facilitador**

- Mais de 30 anos de experiência em marketing farmacêutico, havendo trabalhado para multinacionais em posições executivas nacionais, latino-americanas e globais
- Ênfase em healthcare marketing: planejamento estratégico, pricing, comportamento do consumidor, marketing intelligence, efetividade em marketing e vendas & marketing finance
- Master of Science em Marketing pela John Sykes College of Business, na University of Tampa (Flórida) e pós-graduação em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (Brasil)
- Professor adjunto de marketing na University of Tampa, Florida, professor do MBA Internacional da Profuturo - FIA, em São Paulo, professor no MBA em Marketing da UNISO e ex-professor do MBA em Marketing Farmacêutico das Faculdades Oswaldo Cruz
- Experiência em diversas geografias (Brasil, América Latina, Global) e culturas empresariais (americana, alemã, francesa, latino-americana e brasileira)
- 12 anos de vivência internacional: EUA, Panamá e México
- Sócio-diretor da Pro|Marketing - Excelência em Marketing, e embaixador da AIPMM - Association of International Product Marketing & Management

**e-Mail**

treinamento.desenvolvimento@sbtd.com.br

**WhatsApp**

(11) 9.4343.1617

**Web Site**

www.sbtd.com.br

**LinkedIn**

SBTD – Sociedade Brasileira  
de Treinamento e Desenvolvimento



**SBTD**

Sociedade Brasileira de  
Treinamento e Desenvolvimento

**Instagram**

sbtd\_soc\_bras\_treinamento

**YouTube**

SBTD – Sociedade Brasileira de  
Treinamento e Desenvolvimento

**Facebook**

www.facebook.com  
SBTD – Sociedade Brasileira  
de Treinamento e Desenvolvimento

**Escritório**

Rua Michigan, 531 – Sala 161 – Torre A  
Bairro Brooklin  
São Paulo – SP  
Cep: 04566-000

