The Hashemite University

الجامعـــــــة الهاشميـــــــــة

Faculty of Pharmaceutical Sciences

كلية العلوم الصيدلانية

Syllabus: Specialised Training for Pharmacy Management

تدريب ميداني متخصص للصيدلة الإدارية

(131702581)

Second Semester 202.. /202..

COURSE INFORMATION	
Course Name: Specialised Training For Pharmacy Management **Learning Method: Hybrid (Face-to-face and Electronic Methods)** **Semester:** 2nd **Department:** Clinical Pharmacy and Pharmacy Practice **Faculty:** Pharmaceutical Sciences	**Course Code** **Section:** **Core Curriculum**: 2019 Study plan **JNQF**: 7
Day(s) and Time(s): Sunday – Tuesday: **Classroom: As per semester** **Date prepared: January 2020** **Date updated: February 2023**	**Credit Hours:** 3 **Prerequisites**: 131702473 Pharmaceutical Management and Marketing

COURSE DESCRIPTION

This course aims to secure practical, advanced, and specialized pharmacy management training in collaboration with local and/or international pharmaceutical companies. In this course, the outcomes from the pharmacy management track modules such as Marketing and Management, Communication Skills and Therapeutic Care, Pharmaceutical Project Management and Advanced Marketing are applied.

The students who enrolled in this training shall be shortlisted during two stages. The first stage is an assessment matrix from within the department and the school to assess the efficiency of the student's skills and determine the best-fit training department (Training departments as follows: 90% of the students will be enrolled in the selling, promotion, and communication departments. The other 10% will be enrolled in the marketing planning department and the logistics departments, which include: Human resources, Supply chain, Finance, Registration and quality control). The second stage is a Personal interview carried out by training partners to choose and decide the accepted students).

يهدف التدريب المتخصص و المتقدم الى فتح فرصة مميزة للتطبيق الميداني بالتعاون مع شركات الادوية او المستودعات المحلية و العالمية، حيث تؤمّن الجامعة و من خلال شبكاتها او الاتفاقيات المبرمة مكانا و ميدانا مناسبا للتدريب الاحترافي و المارسة للطلاب في هذا المساق. يتم في هذا المساق تطبيق المخرجات من مواد المسار الاداري كالتسويق و الادارة، مهارات الاتصال و الرعاية العلاجية، و إدارة المشاريع الصيدلانية و التسويق المتقدم.

يتم اختيار الطلاب و الموافقة عليهم لهذا المساق التدريبي في مرحلتين : المرحلة الاولى مصفوفة مفاضلة من داخل القسم و الكلية تهدف الى تقييم كفاءة و مهارات الطالب و تحديد رغبته في قسم التدريب (اقسام التدريب تشمل ٩٠٪ قسم التسويق و الترويج و التواصل مع الاخرين للترويج العلمي ، و ال ١٠٪ المتبقية تنقسم بين التدريب في قسم تخطيط التسويق و التدريب في الاقسام اللوجستية التي تشمل: الموارد البشرية، التزويد و المستودعات، المالية، التسجيل و ضبط الجودة) المرحلة الثانية: المقابلات الشخصية و التقييم من قبل شركاء التدريب).

DELIVERY METHODS

The course will be delivered through a combination of active learning strategies. These will include:

A) Practical session in the field.

B) The regular educational methods that's include:

- Lecture notes
- PowerPoint lectures and active classroom-based discussion.
- Collaborative learning through small groups acting in an interdisciplinary context.
- Relevant films and documentaries
- Video lectures
- E-learning resources: e-reading assignments and practice quizzes through Model and Microsoft Team
- Reference Books
- Expert external visitors

FACULTY INFORMATION

Name	**Mohanad Odeh**
Academic Title:	**Assistant Professor**
Office Location:	**Pharmacy School**
Telephone Number:	**00 962 796 757543**
Email Address:	**Mohanad_odeh@hu.edu.jo**
Office Hours:	Sunday 13:00.-14:00 Tuesday 13:00.-14:00 Monday 12:00 – 13:00 Wednesday 12:00 – 13:00 Please send an e-mail Mohanad_odeh@hu.edu.jo.

REFERENCES AND LEARNING RESOURCES

All references in the following modules:

1	**Pharmaceutical Care and Communication skills (Course ID: 131702457)**
2	**Management and Pharmaceutical Marketing (Course ID: 131702473)**

3	**Pharmaceutical Project Management (Course ID: 1717011592)**
4	**Advanced Selling and Marketing (Course ID: 1717011592)**

COURSE OBJECTIVES

The following are the objectives of the present course:

1) Review the basic theoretical knowledge from the courses:
    a. Pharmaceutical Care and Communication skills (Course ID: 131702457)
    b. Management and Pharmaceutical Marketing (Course ID: 131702473)
    c. Pharmaceutical Project Management (Course ID: 1717011592)
    d. Advanced Selling and Marketing (Course ID: 1717011592)
2) Carry out practical session.
    a. Overview of the company strategy.
    b. Overview of the Organization structure.
    c. Specialized training, which is delivered by each department within the company.
    d. Filed visits and field related tasks.

COURSE INTENDED LEARNING OUTCOMES (CILOs)

A. Foundational Knowledge

''Learner (Learner) - Develop, integrate, and apply knowledge. ''

A.1) Understand basic concepts of Communication Skills, Management Skills, Selling Skills, Marketing Skills, and Pharmaceutical Project Management Skills.

B. Essentials for Practice and Care

''Patient-Customer centered care (Caregiver), Medication use systems management (Manager), Health and wellness (Promoter), Population-based care (Provider)''

B.1) Assess the purpose of communication and product promotion. Promoter

B.2) Understand the elements of the Marketing plan and selling territories. Manager

B.3) Understand the Feature, Benefit and Value model for each product or service. Caregiver

B.4) Determine how to understand success through the Selling model and promotion activities Promoter

B.5) Discuss the barriers to promote healthcare related products. Promoter

B.6) Explain phases and stages in Selling Process. Provider

C. Approach to Practice and Care

''Being trained to be able to act as Educator, Advocate, Collaborator, Includer and Communicator''.

C.1) Understand how to understand customer and consumer needs. Collaborator

C.2) Assess the methods to promote products or services. Educator

C.3) Describe the evaluation of selling calls and subsequent results. Advocate

C.4) Discuss details related to customer segmentations. Includer
C.5) Evaluate and communicate the overall process of marketing planning and selling process. Communicator''

D. Personal and Professional Development

'' Transfer skills to enhance self-awareness, Leadership skills, Innovation, Professionalism''

D.1) Diagnosis of strengths and weaknesses for each product or service (Self-awareness)
D.2) Practice the fulfillment of the territory target and professional conduct of the tasks and assignments. Professionalism
D.3) Lead and design a practical promotional cycle along with a product life cycle
D.4) Apply the most recent innovation related to marketing and selling models (Innovation).

ACADEMIC SUPPORT

It is The Hashemite University policy to provide educational opportunities that ensure fair, appropriate and reasonable accommodation to students who have disabilities that may affect their ability to participate in course activities or meet course requirements. Students with disabilities are encouraged to contact their Instructor to ensure that their individual needs are met. The University through its Special Need section will exert all efforts to accommodate for individual's needs.

Tel: 00962-5-3903333 Extension: 4209
Location: Students Affairs Deanship/ Department of Student Welfare Services
Email: amalomoush@hu.edu.jo
amalomoush@staff.hu.edu.jo

COURSE REGULATIONS

Participation

Class and **field days** participation and attendance are important elements of every student's learning experience at The Hashemite University, and the student is expected to attend all classes and **field days**.

A student should not miss more than 15% of the classes or **field days** during a semester. *Those exceeding this limit of 15% will receive a failing grade regardless of their performance*. It is a student's responsibility to monitor the frequency of their own absences. **Attendance record begins on the first day of class irrespective of the period allotted to drop/add and late registration. It is a student's responsibility to sign-in; failure to do so will result in a non-attendance being recorded.**

In exceptional cases, the student, with the instructor's prior permission, could be exempted from attending a class or **field days** provided that the number of such occasions does not exceed the limit allowed by the University. The instructor will determine the acceptability of an absence for

being absent. A student who misses more than 25% of classes and has a valid excuse for being absent will be allowed to withdraw from the course.

Plagiarism

Plagiarism is considered a serious academic offence and can result in your work losing marks or being failed. HU expects its students to adopt and abide by the highest standards of conduct in their interaction with their professors, peers, and the wider University community. As such, a student is expected not to engage in behaviours that compromise his/her own integrity as well as that of the Hashemite University.

Plagiarism includes the following examples and it applies to all student assignments or submitted work:

- **Use of the work, ideas, images or words of someone else without his/her permission or reference to them.**
- **Use of someone else's wording, name, phrase, sentence, paragraph or essay without using quotation marks.**
- **Misrepresentation of the sources that were used.**

The instructor has the right to fail the coursework or deduct marks where plagiarism is detected

Late or Missed Assignments

In all cases of assessment, students who fails to attend an exam, class project or deliver a presentation on the scheduled date without prior permission, and/or are unable to provide a medical note, will automatically receive a fail grade for this part of the assessment.

- Submitting a term paper on time is a key part of the assessment process. Students who fail to submit their work by the deadline specified will automatically receive a 10% penalty. Assignments handed in more than 24 hours late will receive a further 10% penalty. Each subsequent 24 hours will result in a further 10% penalty.
- In cases where a student misses an assessment on account of a medical reason or with prior permission; in line with University regulations an incomplete grade for the specific assessment will be awarded and an alternative assessment or extension can be arranged.

Cheating

Cheating, academic disconduct, fabrication and plagiarism will not be tolerated, and the university policy will be applied. Cheating policy: The participation, the commitment of cheating will lead to applying all following penalties together:

- Failing the subject, he/she cheated at
- Failing the other subjects taken in the same course
- Not allowed to register for the next semester
- The summer semester is not considered as a semester

Student Complaints Policy

Students at The Hashemite University have the right to pursue complaints related to faculty, staff, and other students. The nature of the complaints may be either academic or non-academic. For more information about the policy and processes related to this policy, you may refer to the students' handbook.

COURSE ASSESSMENT

Course Calendar and Assessment

Students will be graded through the following means of assessment and their final grade will be calculated from the forms of assessment as listed below with their grade weighting taken into account. The criteria for grading are listed at the end of the syllabus

Assessment	Grade Weighting	Deadline Assessment	CILOS
An evaluation report from the training site	15%	At the end of the training	A, B
Students Report for activities.	20%	Mid-training and at the end of the training	C, D
Presentation & Seminar	15%	Before the final	D
Final Exam	50%	Add date/time of final exams	A,B,C,D

Description of Exams

Each exam is followed by two types of analysis: **Difficulty** and **Discrimination** coefficients.

The distribution of questions would be managed to target different levels of students: Basic, Acceptance, Good, Very good and Excellent.

Test questions will predominately come from the material presented in the lectures.

Semester exams will be conducted during the regularly scheduled lecture period.

The exam will consist of a combination of multiple choice, short answer, match, true and false and/or descriptive questions.

Homework – Projects

This would be designed in collaboration with the training sites.

The presentation:
Quizzes: Will be given when it is applicable. Factor as level of class interactions and number of students for each class will be considered.

Unannounced quizzes will be given during or/and at the end of each chapter based upon the previous lectures. It will enforce students to be prepared to the class.

No make-up exams, homework or quizzes will be given. Only documented absences will be considered as per HU guidelines.

Grades are not negotiable and are awarded according to the following criteria*:

Letter Grade	Description	Grade Points
A+	Excellent	4.00
A		3.75
A-		3.50
B+	Very Good	3.25
B		3.00
B-		2.75
C+	Good	2.50
C		2.25
C-		2.00
D+	Pass	1.75
D	Pass	1.50
F	Fail	0.00
I	Incomplete	-

WEEKLY LECTURE SCHEDULE AND CONTENT DISTRIBUTION

"Lecture hours and weeks are approximate and may change as needed"

The following is the practical plan with all related details of the training

مقدمة: التعرف إلى الخطوط الأساسية للأهداف الاستراتيجية والأنماط الإدارية

Outlines: introduction to the strategic objectives and management styles

أولا: التدريب في مجموعة الخدمات اللوجستية المساندة (قسم الموارد البشرية، قسم التزويد، قسم التسجيل و الامتثال، قسم المالية)

First: logistics departments, which include Human resources, Supply chain, Finance, Registration and quality control

ثانيا: مجموعة التخطيط و التطوير و التدريب و الابحاث التسويقية

Second: Planning, development, training, and marketing research group

ثالثا: مجموعة الترويج و التواصل للتوعية و المبيعات

Third: Promotion and communication group for awareness and sales

التعرف إلى الخطوط الأساسية للأهداف الاستراتيجية والأنماط الإدارية

الكفايات و المهارات

مع نهاية التوجيه سيكون الطالب قادرا على :

١.التعرف على معالم استراتجية الشركة بشكل عام مثل القيم و الرؤيا و الاهداف ومحددات الأداء ... الخ

٢.التعرف على الهيكلة الإدارية أو تقسيم الوظائف في الشركة (الهرم الوظيفي و بناء تقسيم المهام)

٣. التعرف على الشركاء الاستراتيجين سواء من المساهيمن أو المتنفذين أو الزبائن

جدول ربط أهداف المحتوى التدريبي بالمحتوى النظري

الكفايات و المخرجات	المحتوى النظري الأقرب
التعرف على معالم استراتجية الشركة	Project Strategy
التعرف على الهيكلة الإدارية	Work breakdown structure (WBS) and Organization structure
التعرف على الشركاء الاستراتيجين سواء من المساهيمن أو المتنفذين أو الزبائن	Stakeholder power grid and engagement

أولا: مجموعة الخدمات اللوجستية المساندة

سيتم توزيع المدة التدريبية للطالب على اربعة اقسام: الموارد البشرية، التسجيل و الامتثال، التزويد، و المالية.

١) قسم الموارد البشرية

الكفايات و المهارات

مع نهاية المدة التدريبية سيكون الطالب قادرا على :

١- التعرف على اسس التوظيف و الية طلب الموظفين و طريقة مقابلتهم و اختيارهم.
٢- التعرف على قوانين العمل الاردنية و كيفية العمل بها
٣- التعرف على قوانين الضمان الاجتماعي
٤- التعرف على طرق احتساب الرواتب و العمولات و البدلات للصيادلة و غير الصيادلة.
٥- التعرف على الية وضع خطط التطوير المرتبطة بالاقسام المتعددة ووضع الميزانية المناسبة لذلك.

جدول ربط أهداف المحتوى التدريبي بالمحتوى النظري

الكفايات و المخرجات	المحتوى النظري الأقرب
على اسس التوظيف و الية طلب الموظفين و طريقة مقابلتهم و اختيارهم	مادة الادارة و التسويق: نماذج الكفاءات و الوصف الوظيفي Competency Models and Job descriptions مادة الكتابة الفنية : السيرة الذاتية و المقابلات
التعرف على قوانين العمل الاردنية و كيفية العمل بها التعرف على قوانين الضمان الاجتماعي	مادة التشريعات الصيدلانية
التعرف على طرق احتساب الرواتب و العمولات و البدلات للصيادلة و غير الصيادلة.	المحاسبة و التمويل Incentive schemes within management modules
التعرف على الية وضع خطط التطوير المرتبطة بالاقسام المتعددة ووضع الميزانية المناسبة لذلك.	Pharmaceutical project's planning

الجدول التفصيلي لتحقيق الغايات التدريبية

الرقم	الهدف	الكيفية	المدة
١.	التعرف على قسم الموارد البشرية و اهميته و مهامه الرئيسية.	قراءة مقالة محضرة مسبقا و من ثم مناقشتها و توضيحها اعطاء لمحة عن كل المواضيع المتعلقة بقسم الموارد البشرية يتضمن (والمتضمنة عمليات الاختيار والتعيين والتدريب والتقييم والتطوير والعلاقات بين الموظفين والرواتب والامتيازات والحوافز وغيرها).	٤ ساعات / يوم
٢.	التعرف على اسس التعين و كيفية اجراء المقابلات بطريقة صحيحة	البحث في الانترنت عن اسس التعين و كيفية اجراءها اعطاء تدريب على كيفية اجراء المقابلة و عمل مقابلة تجريبية مع المتدرب	٤ ساعات / يوم
٣.	التعرف على قانون العمل الاردني و الضمان الاجتماعي	قراءة القوانين و من ثم مناقشتها و توضيحها	٤ ساعات / يوم
٤.	توضيح مفهوم النظام الداخلي و نظام الاجازات و المغادرات و المخالفات	قراءة امثلة على الانظمة الداخلية و توضيح الية احتساب الاجازات و المغادرات	٤ ساعات / يوم

٢) قسم التزويد

الكفايات و المهارات

مع نهاية المدة التدريبية سيكون الطالب قادرا على :

١- التعرف على اهمية قسم التزويد ووضع قائمة بالمهمات التي يشرف عليها القسم.
٢- التعرف على مفهوم معدل المبيعات و الحد الادنى للبضائع الواجب توفرها
٣- التعرف على الية وضع الطلبيات من الموردين، و طرق الشحن و الية التخليص عليها لدى الجهات الحكومية
٤- التعرف على الية استلام البضائع و ظروف تخزينها
٥- التعرف على مفهوم " FIFO" و الية صرف البضائع و الية توريدها الى نقاط البيع.
٦- التعرف على برنامج النقل و الشروط الواجب توفرها بحافلات النقل و المتوافقة مع قوانين وزارة الصحة الاردنية.
٧- التعرف على انظمة السلامة العامة و نظام ضبط الجودة و ضبط الحرارة داخل المستودعات.

جدول ربط أهداف المحتوى التدريبي بالمحتوى النظري

الكفايات و المخرجات	المحتوى النظري الأقرب
التعرف على مفهوم معدل المبيعات و الحد الادنى للبضائع الواجب توفرها	Stock management
التعرف على الية وضع الطلبيات من الموردين، و طرق الشحن و الية التخليص عليها لدى الجهات الحكومية	Incoterms - ICC - International Chamber of Commerce
التعرف على مفهوم " FIFO" و الية صرف البضائع و الية توريدها الى نقاط البيع.	inventory management, Cost Flow Assumptions: FIFO vs. LIFO accounting Average-cost
التعرف على برنامج النقل و الشروط الواجب توفرها بحافلات النقل و المتوافقة مع قوانين وزارة الصحة الاردنية.	تشريعات
التعرف على انظمة السلامة العامة و نظام ضبط الجودة و ضبط الحرارة داخل المستودعات	Quality Control

٣) قسم التسجيل و الامتثال

الكفايات و المهارات

مع نهاية المدة التدريبية سيكون الطالب قادرا على :

١- التعرف على اهمية قسم التسجيل و الامتثال بالشركات الصيدلانية
٢- وضع قائمة بالمهمات التي يؤديها قسم التسجيل
٣- التعرف على أهداف المؤسسة العامة للغذاء والدواء التالية وكيفية تطبيقها لهذه الأهداف وما تأثيرها على المؤسسات والشركات الصحية المحلية
أ. ضمان سلامة الدواء وفعاليته وجودته، من خلال الأسس والتعليمات المعتمدة من قبل المؤسسة.
ب. ضمان سلامة الغذاء وفعاليته وجودته وصلاحيته للاستهلاك البشري في جميع مراحل تداوله.
ج. ضمان سلامة أي مواد أخرى ورد النص عليها في قانون الدواء والصيدلة النافذ المفعول.
٤- التعرف على دساتير الادوية المعتمدة من الجهات الخاصة واشكالها المختلفة
٥- على قوانين مؤسسة الغذاء و الدواء الاردنية
٦- التعرف على اسس تسعير الادوية و الاغذية و المستلزمات الطبية
٧- المشاركة في تحضير ملف تسجيل واحد و مراجعة محتوياته.
٨- التعرف على مفهوم الامتثال و طرق تطبيقه داخل الشركات

٩- التعرف على اسس الممارسات الصحيحة للتخزين على ضوء قوانين وزارة الصحة الاردنية و مقارنتها مع الممارسات داخل الشركة.
١٠-القيام بزيارة ميدانية الى مؤسسة الغذاء و الدواء و التعرف على الاقسام المتعددة و مسؤولية كل قسم.

جدول ربط أهداف المحتوى التدريبي بالمحتوى النظري

الكفايات و المخرجات	المحتوى النظري الأقرب
التعرف على اهمية قسم التسجيل و الامتثال بالشركات الصيدلانية. وضع قائمة بالمهمات التي يؤديها قسم التسجيل. المشاركة في تحضير ملف تسجيل واحد و مراجعة محتوياته. التعرف على مفهوم الامتثال و طرق تطبيقه داخل الشركات.	Quality assurance – CTD file
التعرف على أهداف المؤسسة العامة للغذاء والدواء التالية وكيفية تطبيقها لهذه الأهداف وما تأثيرها على المؤسسات والشركات الصحية المحلية أ. ضمان سلامة الدواء وفعاليته وجودته، من خلال الأسس والتعليمات المعتمدة من قبل المؤسسة. ب. ضمان سلامة الغذاء وفعاليته وجودته وصلاحيته للاستهلاك البشري في جميع مراحل تداوله. ج. ضمان سلامة أي مواد أخرى ورد النص عليها في قانون الدواء والصيدلة النافذ المفعول.	The Jordanian FDA visiting Lecture
التعرف على دساتير الادوية المعتمدة من الجهات الخاصة واشكالها المختلفة التعرف على قوانين مؤسسة الغذاء و الدواء الاردنية التعرف على اسس تسعير الادوية و الاغذية و المستلزمات الطبية لتعرف على اسس الممارسات الصحيحة للتخزين على ضوء قوانين وزارة الصحة الاردنية و مقارنتها مع الممارسات داخل الشركة.	تشريعات صيدلانية

الرقم	الهدف	المهمة لتحقيق الهدف	المدة اللازمة
١.	التعرف على أهمية قسم التسجيل والامتثال بالشركات الصيدلانية.	الالمام بالمهام الخاصة بقسم التسجيل ومدى تأثيرها على الشركات الصيدلانية ومدى أهمية متابعة اخر التحديثات المحلية الخاصة بالقوانين والتشريعات.	١ ساعة
٢.	التعرف على أهداف المؤسسة العامة للغذاء والدواء التالية وكيفية تطبيقها لهذه الأهداف وما تأثيرها على المؤسسات والشركات الصحية المحلية: أ. ضمان سلامة الدواء وفعاليته وجودته، من خلال الأسس والتعليمات المعتمدة من قبل المؤسسة. ب. ضمان سلامة الغذاء وفعاليته وجودته وصلاحيته للاستهلاك البشري في جميع مراحل تداوله. ج. ضمان سلامة أي مواد أخرى ورد النص عليها في قانون الدواء والصيدلة النافذ المفعول.	١. مناقشة الدليل الارشادي والشروط الواجب توافرها في الملفات المقدمة للمؤسسة العامة للغذاء والدواء. ٢. الالمام في شروط تداول تركيبة حليب الرضع والتركيبة الخاصة والأغذية التكميلية لهم والنباتات الطبية والنواتج الطبيعية والمواد المعقمة والمطهرات والأجهزة والمستلزمات الطبية والمستحضرات الصيدلانية التي تحتوي على الفيتامينات والمعادن ومستحضرات التجميل. ٣. التعرف على أسس اعتماد المواقع التصنيعية والوثائق الواجب توافرها. ٤. التعرف على نظام فحص الادوية والمستلزمات الطبية والمعقمات والمطهرات ومستحضرات التجميل. 5.التعرف على تعليمات أسس اليقظة الدوائية من نظام رصد الاثار الجانبية للأدوية والمشاكل المتعلقة باستخدام الادوية بعد تداولها ودور المؤسسات الصحية بالتعاون مع المؤسسة العامة للغذاء والدواء في اتخاذ الاجراء المناسب بشأن هذه التأثيرات بهدف تقليلها او منعها.	٢ يوم
٣.	التعرف على دساتير الادوية المعتمدة من الجهات الخاصة واشكالها المختلفة.	قراءة بعض الأسس والتشريعات المحلية والدولية ومناقشة أهميتها وكيفية تطبيقها وطريقة الحصول عليها.	٢ ساعة
٤.	التعرف على قوانين المؤسسة العامة للغذاء والدواء في الأردن.		
٥.	التعرف على أسس تسعير الادوية والأغذية والمستلزمات الطبية.	الالمام بنظام التسعير الخاص بالمؤسسة العامة للغذاء والدواء وكيفية تطبيقه على المستحضرات المطلوبة	١ ساعة
٦.	المشاركة في تحضير ملف تسجيل واحد ومراجعة محتوياته.	١. القيام بتحضير الملفات ورقيا حسب القائمة المطلوبة من قبل المؤسسة العامة للغذاء والدواء. ٢. التعرف على طريقة تقديم الملف الكترونيا من خلال الموقع الرسمي للمؤسسة.	١ يوم
٧.	التعرف على مفهوم الامتثال وطرق تطبيقه داخل الشركات.		
٨.	التعرف على أسس الممارسات الصحيحة للتخزين على ضوء قوانين المؤسسة العامة للغذاء والدواء الأردنية ومقارنتها مع الممارسات داخل الشركة.	التعرف على شروط نقل وتخزين وتوزيع الادوية والمواصفات الفنية لوسائط نقل الادوية.	٤ ساعة

٩.	القيام بزيارة ميدانية الى مؤسسة الغذاء والدواء والتعرف على الأقسام المتعددة ومسؤولية كل قسم.	زيارة مبنى المؤسسة العامة للغذاء والدواء والتعرف على اقسامها وطبيعة العلاقة بين الأقسام وكيفية تقديم المعاملات والملفات المطلوبة.	١ يوم

الجدول التفصيلي لتحقيق الغايات التدريبية

٤) قسم المالية

الكفايات و المهارات

مع نهاية المدة التدريبية سيكون الطالب قادرا على :

١- التعرف على اليات تعريف بطاقات المواد و ادخال و اخراج البضائع
٢- التعرف على الية فتح حساب للعملاء المستوفين شروط التسجيل لدى وزارة الصحة
٣- التعرف على الية احتساب اعمار الذمم و طرق التسديد
٤- التعرف على المفاهيم الاولية في المالية
٥- العمل على انشاء خطة مالية لاحد المنتجات
٦- التعرف على اهمية قائمة التدفق المالي و العمل على انشاء قائمة تدفق مالي.

جدول ربط أهداف المحتوى التدريبي بالمحتوى النظري

الكفايات و المخرجات	المحتوى النظري الأقرب
التعرف على اليات تعريف بطاقات المواد و ادخال و اخراج البضائع التعرف على الية فتح حساب للعملاء المستوفين شروط التسجيل لدى وزارة الصحة التعرف على الية احتساب اعمار الذمم و طرق التسديد التعرف على المفاهيم الاولية في المالية العمل على انشاء خطة مالية لاحد المنتجات التعرف على اهمية قائمة التدفق المالي و العمل على انشاء قائمة تدفق مالي.	Accounting: 1) Accounting in action Basic definitions 2) The recording process: Journal Ledger and Posting 3) The Basics of Adjusting Entries 4) Completing the Accounting Cycle 5) Accounting for Merchandising Operations

ملاحظة هامة:

سيكون للجانب العملي التطبيقي الحصة الاكبر في عملية التعرف على معظم الاهداف التدريبية حيث سيتاح لكل طالب ممارسة كل نقطة مرة واحدة على الاقل.

ثانيا: مجموعة التخطيط و التطوير و التدريب و الابحاث التسويقية

سيتم التركيز في هذه المجموعة على كل ما يتعلق بأمور التخطيط التسويقي ابتداءا من ملاحظة الفرص الى انشاء خطة تسويقية متكاملة شاملة الانشطة التسويقية

الكفايات و المهارات

مع نهاية المدة التدريبية سيكون الطالب قادرا على :

١- التعرف على اهمية التسويق في الشركات الدوائية و دوره الاستراتيجي في تنمية الشركات
٢- التمييز بين قسم التسويق و قسم المبيعات ووضع قائمة بالفروق الاساسية بين كلا القسمين و كيفية التنسيق بينهما
٣- التعرف على اهمية الابحاث التسويقية و مصادر المعلومات المتاحة و الية تحليلها
٤- الية اختيار الاسواق المستهدفة و كيفية تحديد العملاء المستهدفين
٥- تصنيف العملاء المستهدفين الى مجموعات من حيث الحاجات المشتركة و طرق تلبية هذه الحاجات.
٦- الربط بين الحلول المتوفرة او المنتجات و الفئات المستهدفة من العملاء
٧- تصميم الرسائل التسويقية و الوسائل الممكنة لتوصيلها
٨- التعرف على الادوات التسويقية المختلفة و كيفية اختيار المزيج التسويقي اللازم لتحقيق الاهداف البيعية
٩- التعرف على المفاهيم المالية الرئيسة لانشاء خطة التسويق مثل توقعات البيع و الكلف
١٠- القيام بانشاء ميزانية تقديرية توضح الاهداف البيعية و الكلف و اجمالي الربح و ميزانية الصرف
١١- انشاء برنامج يغطي ١٢ شهرا يوضح المهمات التسويقية المطلوبة لكل شهر و التي ستساهم في تحقيق الاهداف البيعية المتوقعة
١٢- تحديد اليات الرقابة و المتابعة التي يجب اتباعها للحرص على تحقيق الخطة

جدول ربط أهداف المحتوى التدريبي بالمحتوى النظري

الكفايات و المخرجات	المحتوى النظري الأقرب
التمييز بين قسم التسويق و قسم المبيعات ووضع قائمة بالفروق الاساسية بين كلا القسمين و كيفية التنسيق بينهما التعرف على اهمية الابحاث التسويقية و مصادر المعلومات المتاحة و الية تحليلها	Advance marketing
الية اختيار الاسواق المستهدفة و كيفية تحديد العملاء المستهدفين تصنيف العملاء المستهدفين الى مجموعات من حيث الحاجات المشتركة و طرق تلبية هذه الحاجات.	Marketing – Segmentation
الربط بين الحلول المتوفرة او المنتجات و الفئات المستهدفة من العملاء	STP Model
تصميم الرسائل التسويقية و الوسائل الممكنة لتوصيلها	Promotion Mix

التعرف على الادوات التسويقية المختلفة و كيفية اختيار المزيج التسويقي اللازم لتحقيق الاهداف البيعية	
التعرف على المفاهيم المالية الرئيسة لانشاء خطة التسويق مثل توقعات البيع و الكلف	Forecasting and Product life cycle
القيام بانشاء ميزانية تقديرية توضح الاهداف البيعية و الكلف و اجمالي الربح و ميزانية الصرف	مادة تمويل Cost of investment – Return of investment
انشاء برنامج يغطي ١٢ شهرا يوضح المهمات التسويقية المطلوبة لكل شهر و التي ستساهم في تحقيق الاهداف البيعية المتوقعة	Market plan L-Model

ملاحظة هامة:

مع نهاية الفترة التدريبية سيقوم كل طالب بتسليم خطة تسويقية حقيقية لاحد منتجات الشركة و التي سيتم تطبيقها داخل الشركة لل ١٢ شهرا الت تتبع التسليم.

Introduction to pharmaceutical marketing	**Marketing concept**	**Understanding** what marketing is. **Understanding** the facets of marketing management (planning, Analysis, Implementation).	**1 day**
	Marketing audit	**Understanding** what marketing audit is. **To be able to** thorough review the marketing plan, objectives, strategies, and current activities being executed in the business. **Knowing** how to identify areas for improvement.	
	Consumer behavior	**Understanding** customers. **Understanding** the factors that affect consumer behavior. **Understanding** the importance of detecting the need of each customer.	
	Doctor profiling	**Understanding** the types of doctors. **Understanding** the social styles of doctors.	
Product knowladge	**Understanding** the product's features. **Being able to** present the benefits of the product. **Read** all materials related to the product they're working on. **Communicate** with customers (double visits).		**3 days**
SWOT analysis	**Understanding** what SWOT analysis is. **Understanding** business environment. **Understanding** the internal and external factors that can make or break the success toward the marketing goal.		**2 days**
Marketing research process	**To be able to** identify the problem. **Doing field work and collecting data:** To know the competition environment. To know who my customers are. **To do** sales analysis using internal/external data.		**4 days**
Segmentation	**Understanding** the definition of market segmentation. **Understanding and applying** the process of segmentation (considering market,competitive and environmental factors).		**4 days**
Targeting	**Understanding** what targeting is. **Define** the problem and the solution the product/service offers for each segment. **Selecting** the right media mix and the right message at the right time for each segment. **Understand** what the profit and loss statement is and how to make one. **Choosing** the activities for each segment. **Deciding** what are the promotional materials needed.		**6 days**
presenting the marketing plan			**1 day**

ثالثا: مجموعة الترويج و التواصل للتوعية و المبيعات

الكفايات و المهارات

مع نهاية المدة التدريبية سيكون الطالب قادرا على :

١- التعرف على اهمية قسم الترويج و المبيعات و الادوار الرئيسية المطلوبة منه
٢- الربط بين قسم التسويق و قسم المبيعات
٣- اجراء مراجعة لفنون التواصل التي درسها في الجامعة و كيفية توظيفها داخل الشركات
٤- تطبيق فن التواصل في مهمات متعددة و منها البيع و جمع المعلومات برامج التوعية
٥- التعرف على الية تقسيم المناطق و الية الربط بينها و بين الاهداف البيعية
٦- استخدام ادوات التسويق بشكل مهني يساعد في تحقيق الاهداف المطلوبة
٧- القيام بهمات تخدم اهداف متعددة في الميدان
٨- كتابة تقارير الزيارة و التعرف على اهم محتوياتها.

جدول ربط أهداف المحتوى التدريبي بالمحتوى النظري

الكفايات و المخرجات	**المحتوى النظري الأقرب** **(Advanced Pharmaceutical Sales & Marketing)**
التعرف على اهمية قسم الترويج و المبيعات و الادوار الرئيسية المطلوبة منه	**Pharmaceutical Companies Structure and functions/** -Discuss the Organizational Structure
الربط بين قسم التسويق و قسم المبيعات	**Pharmaceutical Companies Structure and functions/** -Discuss the Organizational Structure
اجراء مراجعة لفنون التواصل التي درسها في الجامعة و كيفية توظيفها داخل الشركات	**Sales force (MR Job Role)/** -How to become a successful MR
تطبيق فن التواصل في مهمات متعددة و منها البيع و جمع المعلومات برامج التوعية	**Sales force (MR Job Role)/** -Understand Healthcare Sales Executive Job Profiling – (MR) -Define the Product Mix and its elements -Explain the types of Promotional Aids used in Pharmaceutical industry -Discuss types of customers visited -Discuss medical representative role in promotion of pharmaceutical products

-Explain the detailing process and its elements -Discuss how to handle a visual aid and how to provide samples -Explain the concept of Vital 3 minutes and how to get the most out benefit of it and Role plays -Building rapport with customer and buying ladder	
Territory Management/ -Learn how the medical representative can plan for his territory in the best way	التعرف على الية تقسيم المناطق و الية الربط بينها و بين الاهداف البيعية
Important Selling & Marketing Concepts/ -DAPA Technique -Funnel Technique -DITF and FITD Techniques -Pricing strategies -AIDA principle & Guerrilla Marketing	استخدام ادوات التسويق بشكل مهني يساعد في تحقيق الاهداف المطلوبة
Sales force (MR Job Role)/ How to become a successful MR	القيام بهمات تخدم اهداف متعددة في الميدان
Territory Management/ -Understand the benefits of daily report, monthly reports and intelligence reports to the company	كتابة تقارير الزيارة و التعرف على اهم محتوياتها

ملاحظة هامة:

سيتم التركيز خلال المدة التدريبية على الكثير من التدريب الميداني و الذي من خلاله سيتم التعرف على المهمات المتعددة لهذا القسم كما سيطلب من كل طالب اهداف و مهمات حقيقية موضوعة بعناية بهدف تمكين الطالب من اكتساب المهارة الحقيقية لهذه الوظيفة، حيث انها من الوظائف الاكثر طلبا فيما بعد التخرج.