

[별첨 1]

## ‘2020년 상반기 제약마케팅교육’ 프로그램

### 1. 교육 과정 소개와 목표

강화된 기업윤리와 CP 환경하에서 제품의 성공은 그 어느 때보다 효과적이고 효율적인 마케팅에 달려 있기에 그 중요성이 더욱 커지고 있습니다. 맞춤형 마케팅 원리, 프로세스, 실행에 대한 이론, 국내사례 및 실습을 통해 마케팅력을 강화할 수 있습니다.

가. ETC 마케팅 I : 제약 마케팅 프로세스 및 시장에 대한 이해와 SWOT 분석(2일, 16시간)

· 목표 : 제약 산업 및 제약마케팅 특성 등의 이해와 한계 및 가능성을 학습하여 PM(Product Manager)의 역할과 책임 등 원활하게 업무를 수행할 수 있도록 한다. 또한 시장(고객)에 대한 정보 수집과 분석 등을 이용하여 잠재시장의 규모를 예측하고, SWOT를 기반으로 한 국내사례 학습과 실습을 통하여 Key issues 및 핵심성공요인을 도출한다.

나. ETC 마케팅 II : 효과적인 마케팅을 위한 STP, 전략과 실행, Monitoring(2일, 16시간)

· 목표 : ETC 마케팅 I의 내용을 기초로 제약마케팅에 대한 심화학습을 진행한다. 시장(고객)을 세분화하고 목표 대상을 선정하여 제품 포지셔닝의 국내사례와 실습을 통해 학습한다. 또한 전략을 수립·실행하며 적절한 모니터링을 통해 전략 및 전술을 점검 및 수정하는 방법을 학습함으로써 살아있는 마케팅을 수행할 수 있도록 한다.

다. OTC 마케팅 : OTC 마케팅의 이해 및 실습(2일, 16시간)

· 목표 : 실전형 마케팅 교육과정을 원칙으로 실무 및 프로세스에 대한 필수 지식과, 이를 효과적으로 실무에 적용하는 방법을 학습한다. 소비자 의사결정 프로세스의 단계별 기법 배양과 디지털 마케팅에 있어 성과를 결정하는 4가지 변수의 이해 및 활용, 데이터 기반 시장분석과 전략수립, 매체 사용법 이해 및 활용 등을 프로세스 실습을 통해 실제 업무에 적용 할 수 있도록 한다.

### 2. 교육 과정 및 일정

교육 과정	교육일수	정원	교육 일정
ETC 마케팅 I : 제약 마케팅 프로세스 및 시장에 대한 이해와 SWOT 분석	2 (16H)	30	2020.04.22(수) ~ 04.23(목)
ETC 마케팅 II : 효과적인 마케팅을 위한 STP, 전략과 실행, Monitoring	2 (16H)	30	2020.05.13(수) ~ 05.14(목)
ETC 마케팅 I : 제약 마케팅 프로세스 및 시장에 대한 이해와 SWOT 분석	2 (16H)	30	2020.06.10(수) ~ 06.11(목)
ETC 마케팅 II : 효과적인 마케팅을 위한 STP, 전략과 실행, Monitoring	2 (16H)	30	2020.07.01(수) ~ 07.02(목)
OTC 마케팅의 이해 및 실습	2 (16H)	30	2020.06.03(수) ~ 06.04(목)

### 3. 교육 프로그램

#### 가. ETC 마케팅 I : 제약 마케팅 프로세스 및 시장에 대한 이해와 SWOT 분석

시간	1일차	2일차
09:00 ~	Opening & 제약마케팅의 이해	시장 데이터 분석 실제 2 - 마켓 포텐셜 및 타겟 고객 분석 - 판매 계획 및 수익분석
10:00 ~	PM의 역할과 책임	
11:00 ~	마케팅 플래닝(Process & Contents)	실습
12:00 ~	점심	점심
13:00 ~	시장 및 상황 분석 - 질환, 환자, 고객, 상황 분석 - 시장 및 판매 트렌드 분석 - 데이터 기반 통찰력 파악 - 시장 기회요인 분석	SWOT분석/Key Issues/CSFs - Opportunity Identification - Define Issues - Critical Success Factors
14:00 ~		실습
15:00 ~		
16:00 ~	시장 데이터 분석 실제 1 - 시장자료 분석 기초자료	발표 및 코칭
17:00 ~	- 시장자료 추출 및 분석방법	SWOT/Key issues/CSF Case Study(AED)

#### 나. ETC 마케팅 II : 효과적인 마케팅을 위한 STP, 전략과 실행, Monitoring

시간	1일차	2일차
09:00 ~	시장 세분화 및 타겟팅 - Segmentation & Targeting 개요 - 질환, 환자, 고객세분화 방법 및 사례 - 타겟팅 방법 및 사례	마케팅 전략 - Portfolio management - Product Life Cycle management
10:00 ~		실습 및 발표
11:00 ~		
12:00 ~	점심	점심
13:00 ~	포지셔닝 - 제품 인지과정 및 포지셔닝 이해	국내 성공 사례 발표 (리피토)
14:00 ~	- 포지셔닝 방법 - 브랜딩 및 커뮤니케이션	마케팅 전술 및 프로그램 개발
15:00 ~	Positioning 실습 및 발표	디지털 마케팅
16:00 ~	마케팅 목표 설정	Monitoring, Controls & KPIs
17:00 ~	마케팅 목표 설정 실습 및 발표	발표 및 과정 정리

다. OTC 마케팅 : OTC 마케팅의 이해 및 실습

시간	1일차	2일차
09:00 ~	OTC & HS 마케팅의 이해	퍼포먼스 디지털마케팅의 이해와 성장전략
10:00 ~	마케팅 전략기획 - 이벤트를 넘어서 프로세스로	
11:00 ~	시장환경분석 - 전문가 인터뷰 요약, PEST 실습	디지털 마케팅의 성과를 결정하는 4가지 변수
12:00 ~	점심	점심
13:00 ~	시장 환경 분석 - 경쟁자 분석, 고객 분석 - SWOT 실습	데이터 기반 시장분석과 마케팅 전략 수립방법
14:00 ~	고객의 인식(perception)을 잡아라 - 인식이론(프레임, 휴리스틱 등) - 고객인식 전술 - 사례연구	
15:00 ~	소비자 의사결정 프로세스 단계별 마케팅 - 니즈인식, 정보탐색, 대안평가, 구매결정, 구매후 평가	6대 디지털 마케팅 매체 사용법 - 네이버, 구글, 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 카카오
16:00 ~	마케팅 기획 단계별 시사점 I - 시장세분화, 타겟팅, 컨셉 개발 및 포지셔닝	마케팅 전략수립 실습
17:00 ~	마케팅 기획 단계별 시사점 II - 신제품 개발, 가격전략, 유통, 광고메시지 및 미디어 전략	

4 강사 약력

가. ETC마케팅

<p>· 서동주 현) 오제네시스 코리아 대표이사 경북대 미생물학, MBA (MGSM, Sydney Australia) 다국적 회사에서 마케팅, 세일즈, 전략기획, CP 전) Novo Nordisk 당뇨사업부, 바이오팜 사업부 사업본부장, 전무 전) AstraZeneca 항암제 사업본부장, 중추신경계/호흡기계/소화기계 사업본부장, 상무 전) 한국 파마시아 성정호르몬제제 사업본부장, 부장</p>
<p>· 김창원 현) 팜뉴스 컨설팅 그룹 “The ConnecUs“ 대표 - 마케팅 브랜드 및 론치 엑셀런스 컨설팅 - 마케팅 및 영업 교육 및 리더쉽 코칭 컨설팅 - 제품 아웃소싱 컨설팅 영남대 대학원 MBA 제약 및 의료기 마케팅, 세일즈, 전략기획, 마케팅 및 영업 교육 담당 전) T&amp;R Biofab commercial &amp; BD Director 전) GSK Marketing &amp; Sales Excellence Lead GSK Asia Pacific 마케팅 및 영업 엑셀런스 멤버 GSK Asia Pacific 마케팅 및 영업 교육 프로그램 개발 GSK Transformation “The Future of MR“ 프로젝트 리드</p>

## 나. OTC마케팅

- 김보균

현) 와이즈플래닛컴퍼니 인큐베이팅본부 이사(co-founder)

인하대학교 경영학

전) 다음LMC 수도권본부 부장(다음커뮤니케이션 자회사)

‘디지털마케팅 실전(와이즈플래닛컴퍼니)’ 강의 100회 이상

- 이동초

현) 행복한 변화 연구소 대표코치

현) 화이트 메디앙스 마케팅 이사

서울대학교 수의학, 국민대학교 경영학석사(리더쉽과 코칭 MBA) · 경영학 박사(인사조직)

전) 글락소스미스클라인 Sales trainer / Brand manager

전) Pfizer Korea 영업부

전) AMA(미국마케팅협회) 마케팅 전문가