

## 제약(ETC) 마케팅 프로그램

### ○ 과정명 : ETC I

구분	1일차	2일차
학습 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Opening &amp; 제약마케팅의 이해</li> <li>○ PM의 역할과 책임</li> <li>○ 마케팅 플래닝 (Process &amp; Contents)</li> <li>○ 시장 및 상황 분석을 위한 기본 능력                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 데이터 기반 통찰력 파악</li> <li>- 데이터의 해석</li> <li>- Root Cause Analysis</li> </ul> </li> <li>○ 시장 기회 요인 파악</li> <li>○ 시장 데이터 분석 실제                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장 자료 분석 기초 자료</li> <li>- 시장 자료 추출 및 분석 방법</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장 데이터 분석 실제                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강보험심사평가원 자료방법 및 활용사례</li> <li>- UBIST data IMS data 자료분석 및 활용 사례</li> <li>- 판매 계획 및 수익 분석</li> </ul> </li> <li>○ SWOT분석/Key Issues/CSFs                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opportunity Identification</li> <li>- Define Issues/Critical Success Factors</li> </ul> </li> <li>○ 실습, 발표 및 코칭</li> <li>○ SWOT/Key issues/CSF Case Study (AED)</li> </ul>

### ○ 과정명 : ETC II

구분	1일차	2일차
학습 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장 세분화 및 타겟팅                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmentation &amp; Targeting 개요</li> <li>- 질환, 환자, 고객 세분화 방법 및 종류</li> <li>- 타겟 고객 수 및 커버리지 결정</li> <li>- 타겟팅 방법 실제 (채널, 고객, 행동, 인식 기반 타겟팅)</li> </ul> </li> <li>○ 포지셔닝                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 인지 과정 및 포지셔닝 이해</li> <li>- 포지셔닝 방법</li> <li>- 경쟁 우위 및 차별화 방법</li> <li>- 키메세지 개발</li> <li>- 브랜딩 및 커뮤니케이션</li> <li>- Brand Portrait 실습</li> </ul> </li> <li>○ 마케팅 목표 설정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 마케팅 전략                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Portfolio management</li> <li>- Product Life Cycle management</li> <li>- 실습 및 발표</li> </ul> </li> <li>○ 국내 성공 사례 발표(리피토)</li> <li>○ 마케팅 전술 및 프로그램 캡</li> <li>○ 디지털마케팅 (Multi Channel Marketing)</li> <li>○ Monitoring, Controls &amp; KPIs</li> <li>○ 발표 및 과정 정리</li> </ul>

## 강사 약력

### 서동주

경북대 미생물학, MBA (Macquarie Graduate School of Management, Sydney Australia)

다국적 제약회사에서 마케팅, 세일즈, 전략기획, CP

현) (주) 씨젠 글로벌 비즈니스 2 센터장 (APAC, MEA, Africa, CIS)

전) 오제네시스 코리아 대표이사

전) Novo Nordisk 당뇨사업부, 바이오팜 사업부 사업본부장, 전무

전) Astra Zeneca 항암제 사업본부장, 중추신경계/호흡기계/소화기계 사업본부장, 상무

전) 한국 파마시아 성장호르몬제제 사업본부장, 부장

### 김창원

영남대 대학원 MBA

제약 및 의료기기 마케팅, 세일즈, 전략기획, 마케팅 및 영업 교육 담당

현) 영업 및 마케팅 디지털 플랫폼 메디링크 대표

- 제품 아웃소싱 및 영업 전문가 매칭 플랫폼 운영
- 영업 & 마케팅 토탈 디지털 솔루션
- 마케팅 브랜드 및 론치 엑셀런스 컨설팅
- 마케팅 및 영업 교육 및 리더십 코칭 교육
- 사업 전략 기획 및 개발 컨설팅

전) 팜뉴스 컨설팅 그룹 "The ConnecUs" 대표

전) T&R Biofab commercial & BD Director

전) GSK Marketing & 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