

# PlantaDoce.

Empresa

## AstraZeneca busca responsable de marca para su negocio de oncología en España

La compañía farmacéutica demanda para los posibles candidatos dos años de experiencia en el sector como mínimo y el dominio de idiomas para ocupar la vacante.

A. Escobar  
17 oct 2017 - 05:00

AstraZeneca busca responsable de marca para su negocio de oncología en España

AstraZeneca quiere reforzar su negocio de oncología en España. El departamento de recursos humanos de la compañía farmacéutica británica trabaja desde hace días para incorporar a la empresa a un nuevo *brand manager*, un responsable de marca, en el área de oncología.

Según la oferta publicada por AstraZeneca, la persona seleccionada para el cargo deberá ser licenciado en márketing, tener dominio del inglés y otros idiomas y demostrar una experiencia mínima de dos años como gerente de producto y/o gerente médico. AstraZeneca resalta en su oferta de empleo que **el candidato deberá aportar experiencia con productos hospitalarios de alto contenido científico**, al tiempo que se valorará la formación en posgrado en márketing o MBA o conocimientos en el área terapéutica.

El nuevo responsable de marca de la sección de oncología deberá definir la estrategia y el plan operacional de los productos para coordinar la gestión e implementación en el mercado de los mismos y confeccionar la previsión de ventas y de recursos durante el ciclo de vida de los productos para guiar los niveles de inversión necesarios para la marca.

---

# PlantaDoce.

---

## **AstraZeneca obtuvo un beneficio neto de 3.240 millones de euros en 2016, un 23,8% más que en 2015**

Asimismo, el *brand manager* de la sección de oncología de AstraZeneca en España analizará la evolución del producto en base a los estudios de mercado y a la monitorización de las actividades de la marca, proponiendo junto a su equipo acciones de mejora, en caso necesario. El candidato deberá gestionar y controlará el presupuesto asignado de la marca, formará al equipo comercial y al departamento médico en la estrategia de márketing y organizará y participará en los distintos eventos científicos de los productos, asegurando que el posicionamiento está “alineado” con la estrategia.

Por otro lado, el nuevo *brand manager* de la compañía farmacéutica tendrá que identificar los clientes clave para la marca y diseñar la estrategia de segmentación y *targeting* de clientes.

**AstraZeneca obtuvo un beneficio neto en 2016 de 3.499 millones de dólares (3.240 millones de euros), un 23,8% más que en el ejercicio anterior.** El beneficio bruto registrado por la compañía farmacéutica en 2016 fue de 3.552 millones de dólares (3.289 millones de euros), un 15,7% más que en 2015.