

Grand Master

MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

G M M B A G D G O F





Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **2 años**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/grand-master/grand-master-mba-global-direccion-gestion-oficina-farmacia

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competencias

pág. 24

06

Estructura y contenido

pág. 32

07

Metodología

pág. 44

08

Perfil de nuestros alumnos

pág. 52

09

Dirección del curso

pág. 56

10

Impacto para tu carrera

pág. 60

11

Beneficios para tu empresa

pág. 64

12

Titulación

pág. 68

01 Bienvenida

La atención farmacéutica es un pilar fundamental en la sociedad actual, donde cada vez hay una mayor preocupación por la salud. El profesional de este sector, hoy en día, no solo debe contar con unos amplios conocimientos sobre fármacos y la atención al paciente, sino que debe disponer de una amplia especialización en la gestión empresarial para lograr que su negocio alcance los objetivos planteados. Por ello, TECH ha diseñado este completísimo programa que cuenta con dos ramas de estudio muy bien diferenciadas. Por un lado, el mejor programa del momento sobre MBA y, por otro, la información más actualizada y relevante sobre la gestión de las oficinas de farmacia. Un programa de capacitación único que le permitirá al estudiar alcanzar los más altos estándares de calidad en su profesión.



Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia.
TECH Universidad Tecnológica



“

Esta especialización de TECH te permitirá conocer en profundidad la manera más adecuada para gestionar con éxito las oficinas de farmacia”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional), junto a los *“case studies”* de Harvard Business School. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los estudios de casos de Harvard Business School”

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceder a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en el desarrollo profesional. Tras el programa, el estudiante será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



“

Nuestro programa te ayudará a lograr tus objetivos académicos y profesionales en poco tiempo”

Tus objetivos son los nuestros.

TECH trabaja conjuntamente con el estudiante para ayudarle a conseguir sus objetivos.

El Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia te capacitará para:

01

Definir las últimas tendencias en gestión empresarial, atendiendo al entorno globalizado que rige los criterios de la alta dirección

04

Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

02

Desarrollar las principales habilidades de liderazgo que deben definir a los profesionales en activo



03

Seguir los criterios de sostenibilidad marcados por los estándares internacionales a la hora de desarrollar un plan de negocio

05

Crear estrategias corporativas que marquen el guion que debe seguir la empresa para ser más competitiva y lograr sus propios objetivos

06

Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial

08

Entender cuál es la mejor manera para gestionar los recursos humanos de la empresa, logrando un mayor rendimiento de los mismos en favor de los beneficios de la empresa

09

Adquirir las habilidades comunicativas necesarias en un líder empresarial para lograr que su mensaje sea escuchado y entendido entre los miembros de su comunidad

07

Diseñar estrategias y políticas innovadoras que mejoren la gestión y la eficiencia empresarial

10

Entender el entorno económico en el que se desarrolla la empresa y desarrollar estrategias adecuadas para adelantarse a los cambios



11

Ser capaz de gestionar el plan económico y financiero de la empresa

14

Realizar la estrategia de marketing que permita dar a conocer el producto a nuestros clientes potenciales y generar una imagen adecuada de la empresa

12

Comprender las operaciones logísticas que son necesarias en el ámbito empresarial para desarrollar una gestión adecuada de las mismas



13

Ser capaz de aplicar las tecnologías de la información y la comunicación a las diferentes áreas de la empresa

15

Ser capaz de desarrollar todas las fases de una idea de negocio: diseño, plan de viabilidad, ejecución, seguimiento, etc.

16

Abordar posibles riesgos empresariales que puedan producirse

18

Aprender sobre gestión responsable



19

Saber cómo llevar el área financiera de la farmacia

17

Adquirir los conocimientos y técnicas imprescindibles para la asunción y organización de las responsabilidades organizativas de una oficina de farmacia

20

Saber cómo gestionar todos los aspectos de los recursos humanos

21

Aprender sobre el cliente/paciente en todos sus aspectos

22

Analizar los procesos de compra y las maneras más eficientes de logística

23

Aprender sobre gestión de servicios en la oficina de farmacia

24

Conocer todo lo necesario sobre control de calidad, normas y certificaciones

25

Aprender sobre el papel de la farmacia comunitaria



26

Analizar la responsabilidad social corporativa aplicada a la oficina de farmacia

28

Analizar los fundamentos de la administración de la farmacia



29

Conocer los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento

27

Aprender la organización de la oficina de farmacia

30

Saber cómo realizar programas de fidelización de clientes

31

Estudiar los fundamentos de marketing farmacéutico y relacional

32

Aprender sobre la investigación de mercados en la oficina de farmacia

33

Estudiar sobre *Merchandising* farmacéuticos, publicidad y promoción





34

Aprender lo relativo a comunicación interna y gestión de conflictos

35

Conocer la importancia de la imagen de la oficina de farmacia

36

Conocer las certificaciones de calidad de la oficina de farmacia

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base a la metodología didáctica más innovadora.





“

Desarrolla las destrezas necesarias para dirigir con éxito una oficina de farmacia gracias a la especialización que te propone este Grand Master”

01

Realizar una gestión global de la empresa, aplicando técnicas de liderazgo que influyan en el rendimiento de los trabajadores, de tal manera que se logren los objetivos de la empresa

02

Formar parte y liderar la estrategia corporativa y competitiva de la empresa

03

Resolver conflictos empresariales y problemas entre los trabajadores

04

Realizar una correcta gestión de equipos que permitan mejorar la productividad y, por tanto, los beneficios de la empresa

05

Llevar a cabo el control económico y financiero de la empresa



06

Controlar los procesos logísticos, así como de compras y aprovisionamiento de la compañía

08

Aplicar las estrategias más adecuadas para apostar por el comercio electrónico de los productos de la empresa

09

Elaborar y liderar planes de marketing

07

Profundizar en los nuevos modelos de negocios de los sistemas de información

10

Apostar por la innovación en todos los procesos y áreas de la empresa



11

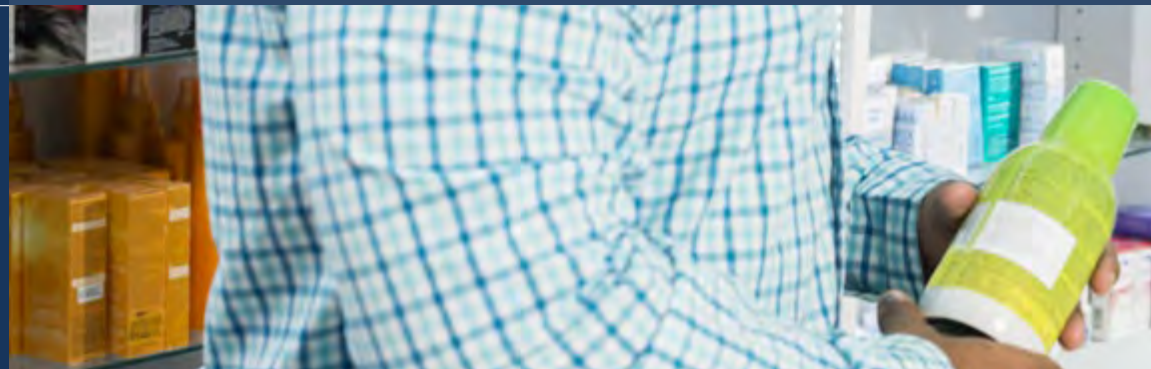
Liderar los diferentes proyectos de la empresa

14

Gestionar de manera fluida todos los aspectos que intervienen en una oficina de farmacia

12

Apostar por el desarrollo sostenible de la compañía, evitando impactos medioambientales



13

Liderar y dirigir proyectos de menor o mayor intensidad y complejidad en el área de oficina de farmacia

15

Dirigir con acierto en todas las áreas en que esta acción se realiza

16

Actuar con capacidad de análisis y diagnóstico de problemas

18

Dotar de una visión global y estratégica todas las áreas operativas de la empresa



19

Administrar correctamente los recursos humanos de la oficina de farmacia

17

Dominar herramientas de gestión empresarial avanzada

20

Gestionar de manera adecuada la relación con el paciente/cliente

21

Establecer estrategias de comunicación internas y externas

22

Diseñar e implementar servicios para ofrecer desde la oficina de farmacia





23

Implementar un sistema de gestión de calidad en la oficina de farmacia

24

Asumir responsabilidades y pensar de forma transversal e integradora para analizar y resolver situaciones en entornos de incertidumbre

06

Estructura y contenido

El Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia es un programa diseñado a la medida del estudiante que se imparte en formato 100% online para que él elija el momento y lugar que mejor se adapten a su disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 24 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que sienta las bases para su éxito como directivo y emprendedor en el ámbito farmacéutico.



“

A través de este completísimo temario, nuestros alumnos serán capaz de adquirir un conocimiento profundo en esta materia”

Plan de estudios

El Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara al estudiante para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 3.000 horas de estudio, se analizarán multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le permitirá al estudiante adquirir el aprendizaje necesario para ser más eficaz y competitivo en tu práctica diaria. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia trata en profundidad las principales áreas de la empresa, y está diseñado para que los directivos entiendan la dirección farmacéutica desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan enfocado en la mejora profesional y que te prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial a nivel farmacéutico. Un programa que entiende las necesidades de sus estudiantes y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 24 meses y se divide en 18 módulos:

| | |
|------------------|--|
| Módulo 1 | Liderazgo, ética y RSC |
| Módulo 2 | Dirección estratégica y <i>Management</i> directivo |
| Módulo 3 | Dirección de personas y gestión del talento |
| Módulo 4 | Dirección económico-financiera |
| Módulo 5 | Dirección de operaciones y logística |
| Módulo 6 | Dirección de sistemas de información |
| Módulo 7 | Dirección comercial, marketing y comunicación corporativa |
| Módulo 8 | Innovación y dirección de proyectos |
| Módulo 9 | La gestión responsable de la oficina de farmacia |
| Módulo 10 | Gestión económica-financiera de la oficina de farmacia |
| Módulo 11 | Dirección y gestión de los RR.HH en la oficina de farmacia |
| Módulo 12 | Optimización de los procesos de compra y logística de la oficina de farmacia |
| Módulo 13 | La gestión del cliente/paciente |
| Módulo 14 | Marketing farmacéutico |
| Módulo 15 | Ventas en la oficina de farmacia |
| Módulo 16 | Comunicación en la oficina de farmacia |
| Módulo 17 | Gestión de los servicios profesionales de la oficina de farmacia |
| Módulo 18 | Gestión de la Calidad en la Oficina de Farmacia |



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 24 meses que dura la capacitación, el estudiante podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa
única, clave y decisiva
para impulsar tu desarrollo
profesional y dar el salto
definitivo.*

Módulo 1. Liderazgo, ética y RSC

1.1. Globalización y Gobernanza

- 1.1.1. Globalización y tendencias: internacionalización de mercados
- 1.1.2. Entorno económico y Gobernanza Corporativa
- 1.1.3. *Accountability* o Rendición de Cuentas

1.2. Liderazgo

- 1.2.1. Entorno intercultural
- 1.2.2. Liderazgo y Dirección de Empresas
- 1.2.2. Roles y responsabilidades directivas

1.3. Ética empresarial

- 1.3.1. Ética e integridad
- 1.3.2. Comportamiento ético en las empresas
- 1.3.3. Deontología, códigos éticos y de conducta
- 1.3.4. Prevención del fraude y de la corrupción

1.4. Sostenibilidad

- 1.4.1. Empresa y Desarrollo Sostenible
- 1.4.2. Impacto social, ambiental y económico
- 1.4.3. Agenda 2030 y ODS

1.5. Responsabilidad Social de la Empresa

- 1.5.1. Responsabilidad Social de las empresas
- 1.5.2. Roles y responsabilidades
- 1.5.3. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa

Módulo 2. Dirección estratégica y management directivo

2.1. Análisis y diseño organizacional

- 2.1.1. Cultura organizacional
- 2.1.2. Análisis organizacional
- 2.1.3. Diseño de la estructura organizacional

2.2. Estrategia Corporativa

- 2.2.1. Estrategia de nivel corporativo
- 2.2.2. Tipologías de estrategias de nivel corporativo
- 2.2.3. Determinación de la estrategia corporativa
- 2.2.4. Estrategia corporativa e imagen reputacional

2.3. Planificación y Formulación Estratégica

- 2.3.1. Pensamiento estratégico
- 2.3.2. Formulación y Planificación estratégica
- 2.3.3. Sostenibilidad y Estrategia Corporativa

2.4. Modelos y Patrones Estratégicos

- 2.4.1. Riqueza, valor y retorno de las inversiones
- 2.4.2. Estrategia Corporativa: metodologías
- 2.4.3. Crecimiento y consolidación de la estrategia corporativa

2.5. Dirección estratégica

- 2.5.1. Misión, visión y valores estratégicos
- 2.5.2. *Balanced Scorecard*/Cuadro de Mando
- 2.5.3. Análisis, monitorización y evaluación de la estrategia corporativa
- 2.5.4. Dirección estratégica y *reporting*

2.6. Implantación y ejecución estratégica

- 2.6.1. Implantación estratégica: objetivos, acciones e impactos
- 2.6.2. Supervisión y alineación estratégica
- 2.6.3. Enfoque de mejora continua

2.7. Management Directivo

- 2.7.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
- 2.7.2. Política de Gestión y Procesos
- 2.7.3. *Knowledge Management*

2.8. Análisis y resolución de casos/ problemas

- 2.8.1. Metodología de Resolución de Problemas
- 2.8.2. Método del Caso
- 2.8.3. Posicionamiento y toma de decisiones

Módulo 3. Dirección de personas y gestión del talento

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>3.1. Comportamiento organizacional</p> <p>3.1.1. Teoría de las organizaciones 3.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones 3.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento</p> | <p>3.2. Dirección estratégica de personas</p> <p>3.2.1. Diseño de puestos de trabajo, reclutamiento y selección 3.2.2. Plan Estratégico de Recursos Humanos: diseño e implementación 3.2.3. Análisis de puestos de trabajo; diseño y selección de personas 3.2.4. Formación y desarrollo profesional</p> | <p>3.3. Desarrollo directivo y liderazgo</p> <p>3.3.1. Capacidades directivas: competencias y habilidades del siglo XXI 3.3.2. Habilidades no directivas 3.3.3. Mapa de competencias y habilidades 3.3.4. Liderazgo y dirección de personas</p> | <p>3.4. Gestión del cambio</p> <p>3.4.1. Análisis del rendimiento 3.4.2. Planteamiento estratégico 3.4.3. Gestión del cambio: factores clave, diseño y gestión de procesos 3.4.4. Enfoque de mejora continua</p> |
| <p>3.5. Negociación y gestión de conflictos</p> <p>3.5.1. Objetivos de la negociación: elementos diferenciadores 3.5.2. Técnicas de negociación efectiva 3.5.3. Conflictos: factores y tipologías 3.5.4. Gestión eficiente de conflictos: negociación y comunicación</p> | <p>3.6. Comunicación directiva</p> <p>3.6.1. Análisis del rendimiento 3.6.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio 3.6.3. Gestión de procesos de cambio 3.6.4. Gestión de equipos multiculturales</p> | <p>3.7. Gestión de equipos y desempeño de personas</p> <p>3.7.1. Entorno multicultural y multidisciplinar 3.7.2. Gestión de equipos y de personas 3.7.3. Coaching y desempeño de personas 3.7.4. Reuniones directivas: planificación y gestión de tiempos</p> | <p>3.8. Gestión del conocimiento y del talento</p> <p>3.8.1. Identificación del conocimiento y talento en las organizaciones 3.8.2. Modelos corporativos de gestión del conocimiento y del talento 3.8.3. Creatividad e innovación</p> |

Módulo 4. Dirección económico-financiera

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>4.1. Entorno Económica</p> <p>4.1.1. Teoría de las organizaciones 4.1.2. Factores claves para el cambio en las organizaciones 4.1.3. Estrategias corporativas, tipologías y gestión del conocimiento</p> | <p>4.2. Contabilidad Directiva</p> <p>4.2.1. Marco internacional de Contabilidad 4.2.2. Introducción al ciclo contable 4.2.3. Estados Contables de las empresas 4.2.4. Análisis de los Estados Contables: toma de decisiones</p> | <p>4.3. Presupuesto y Control de Gestión</p> <p>4.3.1. Planificación Presupuestaria 4.3.2. Control de Gestión: diseño y objetivos 4.3.3. Supervisión y reporting</p> | <p>4.4. Responsabilidad fiscal de las empresas</p> <p>4.4.1. Responsabilidad fiscal corporativa 4.4.2. Procedimiento tributario: aproximación a un caso-país</p> |
| <p>4.5. Sistemas de control de las empresas</p> <p>4.5.1. Tipologías de Control 4.5.2. Cumplimiento Normativo/Compliance 4.5.3. Auditoría Interna 4.5.4. Auditoría Externa</p> | <p>4.6. Dirección Financiera</p> <p>4.6.1. Introducción a la Dirección Financiera 4.6.2. Dirección Financiera y estrategia corporativa 4.6.3. Director financiero o <i>Chief Financial Officer (CFO)</i>: competencias directivas</p> | <p>4.7. Planificación Financiera</p> <p>4.7.1. Modelos de negocio y necesidades de financiación 4.7.2. Herramientas de análisis financiero 4.7.3. Planificación Financiera a corto plazo 4.7.4. Planificación Financiera a largo plazo</p> | <p>4.8. Estrategia Financiera Corporativa</p> <p>4.8.1. Inversiones Financieras Corporativas 4.8.2. Crecimiento estratégico: tipologías</p> |
| <p>4.9. Contexto Macroeconómico</p> <p>4.9.1. Análisis Macroeconómico 4.9.2. Indicadores de coyuntura 4.9.3. Ciclo económico</p> | <p>4.10. Financiación Estratégica</p> <p>4.10.1. <i>Negocio Bancario: entorno actual</i> 4.10.2. <i>Análisis y gestión del riesgo</i></p> | <p>4.11. Mercados monetarios y de capitales</p> <p>4.11.1. Mercado de Renta Fija 4.11.2. Mercado de Renta Variable 4.11.3. Valoración de empresas</p> | <p>4.12. Análisis y resolución de casos/ problemas</p> <p>4.12.1. Metodología de Resolución de Problemas 4.12.2. Método del Caso</p> |

Módulo 5. Dirección de operaciones y logística

5.1. Dirección de las operaciones

- 5.1.1. Definir la estrategia de operaciones
- 5.1.2. Planificación y control de la cadena de suministro
- 5.1.3. Sistemas de indicadores

5.2. Dirección de compras

- 5.2.1. Gestión de Stocks
- 5.2.2. Gestión de Almacenes
- 5.2.3. Gestión de Compras y Aprovisionamiento

5.3. Supply chain management (I)

- 5.3.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 5.3.2. Cambio en los patrones de demanda
- 5.3.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

5.4. Supply chain management (II). Ejecución

- 5.4.1. *Lean Manufacturing/Lean Thinking*
- 5.4.2. Dirección Logística
- 5.4.3. Compras

5.5. Procesos logísticos

- 5.5.1. Organización y gestión por procesos
- 5.5.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
- 5.5.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
- 5.5.4. Servicio posventa

5.6. Logística y clientes

- 5.6.1. Análisis de demanda y previsión
- 5.6.2. Previsión y planificación de ventas
- 5.6.3. Collaborative planning forecasting & replacement

5.7. Logística internacional

- 5.7.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
- 5.7.2. Formas y medios de pago internacional
- 5.7.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

5.8. Competir desde operaciones

- 5.8.1. La innovación en las operaciones como ventaja competitiva en la empresa
- 5.8.2. Tecnologías y ciencias emergentes
- 5.8.3. Sistemas de información en las operaciones

Módulo 6. Dirección de sistemas de información

6.1. Dirección de sistemas de información

- 6.1.1. Sistemas de información empresarial
- 6.1.2. Decisiones estratégicas
- 6.1.3. Rol del CIO

6.2. Tecnologías de la información y estrategia empresarial

- 6.2.1. Análisis de empresa y sectores industriales
- 6.2.2. Modelos de negocio basados en internet
- 6.2.3. El valor de la IT en la empresa

6.3. Planificación estratégica de SI

- 6.3.1. El proceso de planificación estratégica
- 6.3.2. Formulación de la estrategia de SI
- 6.3.3. Plan de implantación de la estrategia

6.4. Sistemas de información y business intelligence

- 6.4.1. CRM y Business Intelligence
- 6.4.2. Gestión de Proyectos de *Business Intelligence*
- 6.4.3. Arquitectura de *Business Intelligence*

6.5. Nuevos modelos de negocio basados en las TIC

- 5.5.1. Modelos de negocio de base tecnológica
- 5.5.2. Capacidades para innovar
- 5.5.3. Rediseño de los procesos de la cadena de valor

6.6. Comercio electrónico

- 6.6.1. Plan Estratégico de Comercio Electrónico
- 6.6.2. Gestión logística y atención al cliente en el comercio electrónico
- 6.6.3. E-Commerce como oportunidad de Internacionalización

6.7. Estrategias de E-Business

- 6.7.1. Estrategias en *Social Media*
- 6.7.2. Optimización de canales de servicio y soporte al cliente
- 6.7.3. Regulación digital

6.8. Digital business

- 6.8.1. Mobile e-Commerce
- 6.8.2. Diseño y Usabilidad
- 6.8.3. Operaciones del Comercio Electrónico

Módulo 7. Dirección Comercial, marketing y Comunicación Corporativa

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>7.1. Dirección Comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.1.1. Dirección de ventas 7.1.2. Estrategia comercial 7.1.3. Técnicas de venta y de negociación 7.1.4. Dirección de equipos de ventas | <p>7.2. Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.2.1. Marketing e impacto en la empresa 7.2.2. Variables básicas del Marketing 7.2.3. Plan de Marketing | <p>7.3. Gestión estratégica de Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.3.1. Fuentes de la innovación 7.3.2. Tendencias actuales en Marketing 7.3.3. Herramientas de Marketing 7.3.4. Estrategia de Marketing y comunicación con los clientes | <p>7.4. Estrategia de Marketing Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.4.1. Aproximación al Marketing Digital 7.4.2. Herramientas de Marketing Digital 7.4.3. Inbound <i>Marketing</i> y evolución del Marketing Digital |
| <p>7.5. Estrategia de ventas y de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.5.1. Posicionamiento y promoción 7.5.2. Relaciones Públicas 7.5.3. Estrategia de ventas y de comunicación | <p>7.6. Comunicación Corporativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.6.1. Comunicación interna y externa 7.6.2. Departamentos de Comunicación 7.6.3. Directivos de Comunicación (DIRCOM): competencias directivas y responsabilidades | <p>7.7. Estrategia de Comunicación Corporativa</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.7.1. Estrategia Corporativa de Comunicación 7.7.2. Plan de Comunicación 7.7.3. Redacción de Comunicados de Prensa/<i>Clipping/Publicity</i> | |

Módulo 8. Innovación y dirección de proyectos

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>8.1. Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> 8.1.1. Marco Conceptual de la innovación 8.1.2. Tipologías de innovación 8.1.3. Innovación continua y discontinua 8.1.4. Formación e Innovación | <p>8.2. Estrategia de Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> 8.2.1. Innovación y estrategia corporativa 8.2.2. Proyecto global de innovación: diseño y gestión 8.2.3. Talleres de innovación | <p>8.3. Diseño y validación del modelo de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> 8.3.1. Metodología <i>Lean Startup</i> 8.3.2. Iniciativa de negocio innovador: etapas 8.3.3. Modalidades de financiación 8.3.4. Herramientas del modelo: mapa de empatía, modelo canvas y métricas 8.3.5. Crecimiento y fidelización | <p>8.4. Dirección y Gestión de Proyectos</p> <ul style="list-style-type: none"> 8.4.1. Oportunidades de innovación 8.4.2. Estudio de viabilidad y concreción de las propuestas 8.4.3. Definición y diseño de los proyectos 8.4.4. Ejecución de los Proyectos 8.4.5. Cierre de Proyectos |
|--|---|---|---|

Módulo 9. La gestión responsable de la oficina de farmacia

| | | | |
|--|--|---|--|
| 9.1. El papel de la farmacia comunitaria. Ámbito de actuación del farmacéutico comunitario. Misión de la organización | 9.2. Análisis del Entorno de la Farmacia Comunitaria | 9.3. La promoción de la salud desde la farmacia comunitaria | 9.4. Implantación de las buenas prácticas en la farmacia comunitaria |
| 9.5. Uso racional de medicamentos en las oficinas de farmacia | 9.6. Formación e información para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios | 9.7. El Secreto profesional. Fundamento moral del secreto. Farmacéutico y secreto profesional | 9.8. Concepto y funciones de los códigos deontológicos. Ejercicio responsable de las competencias profesionales. Competencia desleal |
| 9.9. Responsabilidad social corporativa aplicada a la oficina de farmacia. Respeto al medio ambiente y gestión de residuos | 9.10. Organización de la oficina de farmacia | | |

Módulo 10. Gestión económica-financiera de la oficina de farmacia

| | | | |
|---|---|--|------------------------------|
| 10.1. Fundamentos de la administración de la farmacia | 10.2. Procesos administrativos en la farmacia | 10.3. Análisis de ratios financieros y económicos en la farmacia | 10.4. Gestión de inventarios |
|---|---|--|------------------------------|

Módulo 11. Dirección y gestión de los RR.HH en la oficina de farmacia

| | | | |
|--|--|---|---|
| 11.1. Modelos de organizaciones. Estructura y organigramas | 11.2. El equipo como motor. Perfil del titular y colaboradores | 11.3. Selección y entrevista de personal | 11.4. Familiares en la farmacia |
| 11.5. Definición de la misión. Grupos de interés o <i>Stakeholders</i> | 11.6. Interdependencias y el liderazgo | 11.7. Modelo de gestión y desarrollo de personas por identificación con la misión | 11.8. Motivación: formación y desarrollo profesional, retribución |
| 11.9. Prevención de riesgos laborales | 11.10. Organización y comunicación interna | | |

Módulo 12. Optimización de los procesos de compra y logística de la oficina de farmacia

| | | | |
|--|---|--|---------------------------------|
| 12.1. Los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento | 12.2. La compra | 12.3. Gestión y Negociación de proveedores | 12.4. La cadena de distribución |
| 12.5. El surtido de productos | 12.6. La gestión del surtido | 12.7. Gestión de compras | 12.8. Gestión del <i>Stock</i> |
| 12.9. Los productos | 12.10. Promoción y lanzamiento de novedades | | |

Módulo 13. La gestión del cliente/paciente

| | | | |
|---|---|---|--|
| 13.1. La farmacia como un espacio para la gestión de la salud | 13.2. La comunicación para el abordaje del binomio cliente/paciente | 13.3. Segmentación de clientes | 13.4. Psicología y comportamiento del consumidor |
| 13.5. Responsabilidad profesional, motor de la gestión | 13.6. Cliente habitual y nuevo cliente | 13.7. Programas de fidelización de clientes | 13.8. Atención al cliente |

Módulo 14. Marketing farmacéutico

| | | | |
|---|--|---|---|
| 14.1. Fundamentos de marketing | 14.2. El marketing farmacéutico y relacional | 14.3. Mercados. Posicionamiento | 14.4. Investigación de mercados en la oficina de farmacia |
| 14.5. <i>Merchandising</i> farmacéutico: ofertas y comunicación | 14.6. Publicidad y Promoción | 14.7. Digitalización de la farmacia: del 1.0 al 3.0 | 14.8. Marketing Estratégico |
| 14.9. Micromarketing | | | |

Módulo 15. Ventas en la oficina de farmacia

| | | | |
|--------------------------------------|--|--|---------------------------------------|
| 15.1. Psicología y técnicas de venta | 15.2. Ciclo de ventas | 15.3. Previsión de ventas | 15.4. Políticas de fijación de precio |
| 15.5. Tipologías de productos | 15.6. Orientación a la rentabilidad de los productos | 15.7. Tipologías de compras y clientes | 15.8. Venta cruzada y venta aumentada |
| 15.9. Situaciones comprometidas | 15.10. <i>Digital e-commerce management</i> | | |

Módulo 16. Comunicación en la oficina de farmacia

| | | | |
|--|---|---|---|
| 16.1. Concepto y valor de la comunicación interna | 16.2. Comunicación con empleados | 16.3. Gestión de conflictos | 16.4. Liderazgo y gestión de equipos |
| 16.5. Comunicación con el cliente | 16.6. La imagen de la oficina de farmacia | 16.7. Soportes técnicos de comunicación | 16.8. Estrategias para actuar en las redes sociales |
| 16.9. Marketing digital para captar y fidelizar clientes | | | |

Módulo 17. Gestión de los servicios profesionales de la oficina de farmacia

| | | | |
|--|---|--|---|
| 17.1. Servicios que se pueden desarrollar en la farmacia | 17.2. Selección e implementación de servicios | 17.3. Requerimientos para el desarrollo de los servicios | 17.4. Oferta y seguimiento de los servicios |
| 17.5. Gestión económica de los servicios | | | |

Módulo 18. Gestión de la calidad en la oficina de farmacia

| | | | |
|---|--|--|---|
| 18.1. La calidad | 18.2. Certificaciones de calidad de la oficina de farmacia | 18.3. Gestión Estratégica y de Calidad Total (TQM) | 18.4. Puntos de control e Indicadores de mejora |
| 18.5. Identificación de nichos estratégicos y ventajas competitivas | 18.6. Cuadro de mando | | |



07

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH Business School empleamos el Método del Caso de Harvard

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de la Escuela de Negocios de TECH Universidad Tecnológica te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, TECH utiliza los *case studies* de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los *case studies* de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades directivas

Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



08

Perfil de nuestros alumnos

El Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia es un programa dirigido a profesionales especializados, que quieran actualizar sus conocimientos y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.





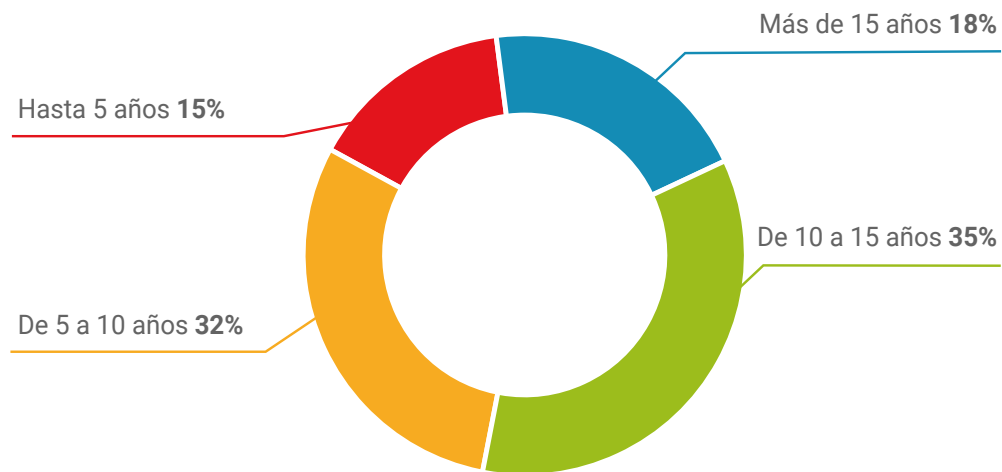
“

Nuestros alumnos son profesionales con experiencia que buscan una especialización de calidad en la gestión farmacéutica”

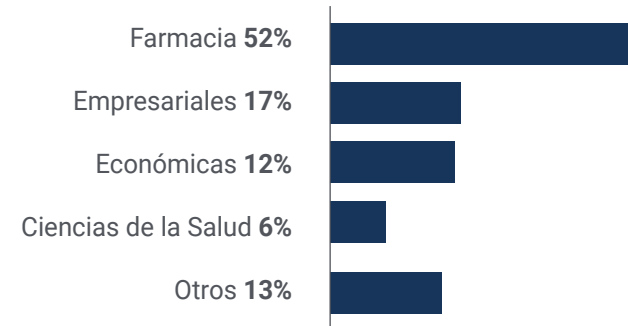
Edad media

Entre **35** y **45** años

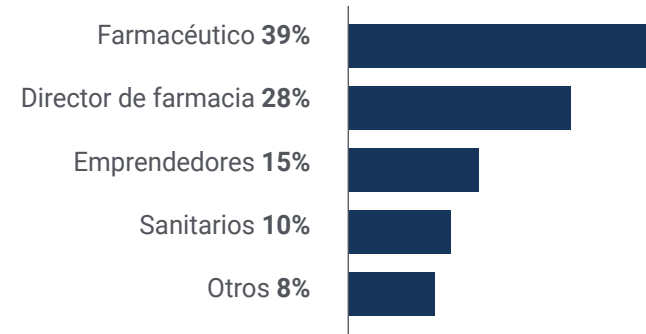
Años de experiencia



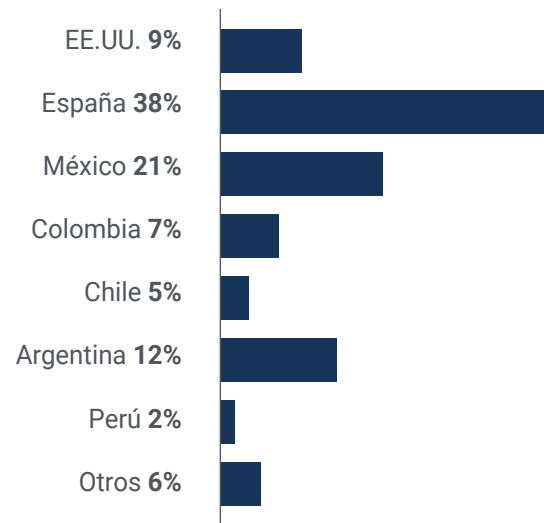
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Marcial Jiménez

Director de Farmacia

“La gestión de las oficinas de farmacia requiere de una gran especialización, ya que cualquier error puede ser perjudicial para la salud de los pacientes, por lo que es imprescindible tener amplios conocimientos a nivel farmacéutico, pero también empresarial. Aunque el ámbito farmacéutico es el que más controla, buscaba un programa de actualización que me ayudara a ponerme al día en ambos campos y, por suerte, en este Grand Master de TECH he encontrado todo lo que quería: un completísimo temario y la metodología educativa perfecta para compaginar mi tiempo de estudio y trabajo”

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en administración de negocios y gestión farmacéutica, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el Grand Master de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.



“

Un cuadro docente dispuesto a enseñarte todo lo que debes saber para desarrollarte con éxito en tu labor diaria”

Dirección



Dña. Aunión Lavarías, Mª Eugenia

- ♦ Licenciada en Farmacia. Universidad de Valencia
- ♦ Licenciada en Ciencia y Tecnología de los Alimentos. Universidad de Valencia
- ♦ Autoría Gestión Dietética del Sobrepeso en la Oficina de Farmacia. Ed. Médica Panamericana 2012
- ♦ Dirección del Curso Universitario "Gestión del Sobrepeso en Oficina de Farmacia". Universidad de Barcelona. IL3 Instituto de Formación Continuada
- ♦ Dirección del Curso Universitario "Dermocosmética en la Oficina de Farmacia"
Universidad de Barcelona. IL3 Instituto de Formación Continuada



10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente. Y, por ello, pone todos sus esfuerzos y herramientas a disposición del estudiante para que adquieras las habilidades y destrezas necesarias que le permitan lograr ese cambio.



“

Ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para ayudarte a lograr el cambio profesional que deseas”

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional espera

El Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer crecimiento personal y profesional. Ayudarle a conseguir el éxito.

Si un estudiante quiere superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

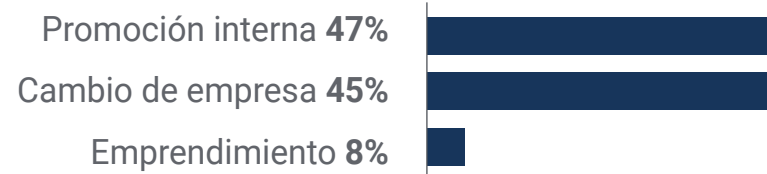
Un programa único, tanto por su contenido como por su calidad, que será de gran utilidad para desarrollarte en este campo.

No dejes pasar la oportunidad de realizar este programa con nosotros y consigue la mejora que estabas buscando.

Momento del cambio profesional de nuestros alumnos



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para los alumnos de TECH un incremento salarial de más del **25%**



11

Beneficios para tu empresa

El Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentando la capacitación y mejorando sus habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





“

Especialízate en TECH y aporta a tu empresa una nueva visión de negocio”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

Podrá trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o de Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a los alumnos de las competencias necesarias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

12

Titulación

El Grand Master MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Grand Master en MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia**

N.º Horas Oficiales: **3.000 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Grand Master
MBA Global
en Dirección y Gestión
de Oficina de Farmacia

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

MBA Global en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

