

Curso Universitario

Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica



Curso Universitario Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 semanas**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Acreditación: **6 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/farmacia/curso-universitario/plan-marketing-industria-farmaceutica

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 20

06

Titulación

pág. 28

01

Presentación

El gran potencial de la industria farmacéutica no solo radica en los beneficios de sus propios productos en la salud de las personas, sino también en las grandes estrategias de Marketing diseñadas. Por esta razón, es esencial que los farmacéuticos estén al día de las últimas tendencias en este campo, la incorporación de las herramientas digitales para el análisis de mercado o las diferentes vías de comunicación. En esta línea, se adentra esta titulación 100% online de TECH. Un programa que combina a la perfección un amplio contenido didáctico de alta calidad en torno a la mercadotecnia con el método *Relearning*, que permite al egresado consolidar los conceptos abordados de forma sencilla y duradera. Un excelente proceso de puesta al día con especialistas del sector.



“

*En tan solo 6 semanas este Curso Universitario
te permitirá estar al día de las técnicas más efectivas
en la elaboración de planes de Marketing Farmacéutico”*

El Plan de Marketing proporciona un marco de evaluación para medir el rendimiento y el impacto de las acciones emprendidas, lo que permite ajustes y mejoras continuas al proceso en curso, o para proyectos futuros. Por esto, se ha convertido en una herramienta estratégica esencial para promover la eficacia y el éxito en el campo de los productos farmacéuticos. En este sentido, es indispensable que el profesional de este sector esté al tanto de las últimas actualizaciones en cuanto a su elaboración y definición de estrategias.

Ante esta realidad, el farmacéutico deberá dominar la promoción de los productos a través de los diferentes canales de comunicación existentes, con un análisis previo del mercado y el uso de las técnicas persuasivas más efectivas. Así, nace este Curso Universitario en Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica, que le permitirá al egresado definir de principio a fin su estrategia e implementarla con éxito en este sector.

Se trata de un programa donde profundizará en la definición de los objetivos, el Marketing de *consumer care*, hospitalario, de productos genéricos, de componentes nutricionales o la creación de *Branding*. Este actualizado contenido cobra aún mayor atractivo gracias a los recursos didácticos multimedia y al sistema *Relearning*, que favorece la consolidación de los conceptos abordados y la reducción de las largas horas de estudio.

El profesional está, así, ante una titulación universitaria cuya metodología 100% online le otorga la flexibilidad necesaria para poder conciliar sus actividades diarias con una opción académica de alto nivel. Y es que tan solo necesita de un dispositivo electrónico con conexión a internet para visualizar, en cualquier momento del día, el contenido alojado en la plataforma virtual.

Este **Curso Universitario en Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Farmacia
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Gracias a esta titulación universitaria estarás al día en torno a la aplicación de la estrategia SMART para la definición de planes de Marketing”

“

Una opción académica flexible con 150 horas lectivas de información rigurosa y actualizada sobre planes de Marketing en la Industria Farmacéutica”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le Planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Gracias a este programa 100% en línea estarás al tanto de las técnicas de análisis de mercado de productos OTC.

Obtén una completa puesta al día sobre las mejores herramientas de Marketing utilizadas en el sector farmacéutico.



02

Objetivos

La finalidad de este Curso Universitario es incrementar las competencias de los farmacéuticos en la elaboración de estrategias de comercialización en su sector. Con el fin de lograr este objetivo, TECH facilita numeroso material didáctico en el que ha empleado la última tecnología utilizada en el panorama académico presente. Asimismo, el egresado cuenta con un profesorado especializado con el que podrá resolver cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa.



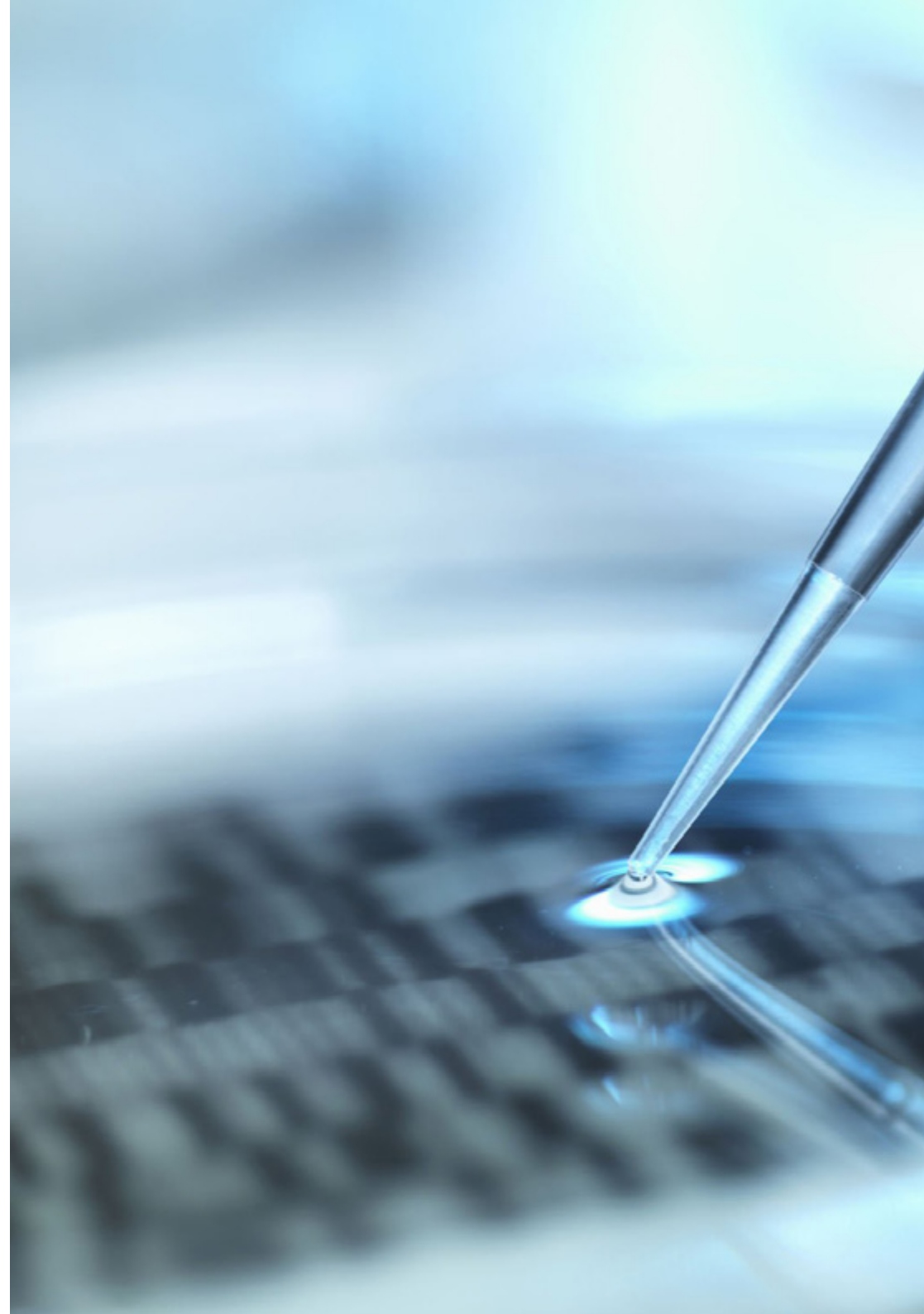
“

Los casos de estudio te permitirán obtener un enfoque mucho más cercano y real de estrategias de Marketing efectivas en la industria farmacéutica”



Objetivos generales

- ♦ Adquirir conocimientos especializados en la Industria Farmacéutica
- ♦ Profundizar en la Industria Farmacéutica
- ♦ Ahondar en las últimas novedades en la Industria Farmacéutica
- ♦ Comprender la Estructura y funcionamiento de la Industria Farmacéutica
- ♦ Conocer el entorno competitivo de la Industria farmacéutica
- ♦ Comprender los conceptos y metodologías de Investigación de Mercado
- ♦ Utilizar tecnologías y herramientas de Investigación de Mercado
- ♦ Desarrollar habilidades de Ventas específicas para la Industria Farmacéutica
- ♦ Comprender el ciclo de Venta en la Industria Farmacéutica
- ♦ Analizar el comportamiento del cliente y las necesidades del Mercado
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo
- ♦ Comprender los aspectos específicos de la gestión en la Industria Farmacéutica
- ♦ Aplicar técnicas de gestión de proyectos
- ♦ Comprender los principios y fundamentos del Marketing en la Industria Farmacéutica





Objetivos específicos

- ♦ Profundizar en los fundamentos del Marketing farmacéutico
- ♦ Desarrollar habilidades en la elaboración de Planes de Marketing
- ♦ Ahondar en las características y necesidades de los clientes en la Industria Farmacéutica



Ahonda cuando lo desees, desde tu ordenador con conexión a internet en las técnicas de medición de rendimiento utilizadas por los grandes expertos en Marketing”

03

Dirección del curso

TECH incorpora en todos sus programas a expertos reconocidos y experimentados en sus respectivas áreas con el fin de ofrecer al alumnado un contenido de alta calidad. De este modo, el profesional contará en este Curso Universitario con un contenido de primer nivel, elaborado por versados especialistas con larga trayectoria en el entorno farmacéutico y del Marketing Digital. De esta manera, el alumnado tendrá la garantía de obtener una completa actualización que marcará su trayectoria dentro de la Industria Farmacéutica.



“

*Consigue una completa actualización
sobre Marketing Farmacéutico
con grandes expertos del sector”*

Dirección



D. Calderón, Carlos

- ♦ Director de Marketing y Publicidad en Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ♦ Consultor de Marketing y Publicidad en Experiencia MKT
- ♦ Director de Marketing y Publicidad en Marco Aldany
- ♦ CEO y director creativo en *C&C Advertising*
- ♦ Director de Marketing y Publicidad en Elsevier
- ♦ Director Creativo en CPM Consultores de Publicidad y Marketing
- ♦ Técnico en Publicidad por la CEV de Madrid

Profesores

D. Rodríguez Muñoz, Rubén

- ♦ Director de Marketing de vacunas en GSK
- ♦ *Gerente de Vacunación para Adultos y Líder de Lanzamiento en GSK*
- ♦ *Market Access Manager* en Baxter International Inc.
- ♦ Gerente territorial de sanidad en Bayer
- ♦ *Product Manager* en Bayer
- ♦ Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la *ESIC Business School*
- ♦ Máster en Dirección Comercial y Marketing de Industria Farmacéutica por el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF)
- ♦ Máster Evaluación Sanitaria y Acceso al Mercado (Farmacoeconomía) por la Universidad Carlos III de Madrid

D. Moreno Izquierdo, Juan Manuel

- ♦ Responsable de la cartera completa de Biosimilares y Medicamentos Genéricos Hospitalarios en Iberia Commercial Head
- ♦ Director General de Marketing en Biogen
- ♦ Gerente del área de Marketing en SNC
- ♦ Máster en Marketing y Gestión Comercial por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas
- ♦ Licenciado en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid



“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

04

Estructura y contenido

Este Curso Universitario ha sido estructurado con el propósito de ofrecer, durante un periodo de 6 semanas, los conceptos más recientes relacionados con la elaboración de planes de Marketing aplicados al ámbito farmacéutico. De esta manera, el farmacéutico ahondará en la definición de objetivos, las Relaciones Públicas, el *Branding* y las tendencias de Marketing nutricional, entre otros. Todo esto, a través de recursos didácticos como las lecturas especializadas y los resúmenes interactivos, alojados en una biblioteca virtual, accesible las 24 horas del día, sin restricción alguna.



“

Con el método Relearning reforzarás tus conocimientos de manera simple y sin tener que invertir mucho esfuerzo”

Módulo 1. Plan de Marketing farmacéutico

- 1.1. Bases del Plan de Marketing farmacéutico
 - 1.1.1. Análisis del entorno
 - 1.1.2. Oportunidades
 - 1.1.3. Amenazas
 - 1.1.4. Implementación
- 1.2. Los objetivos del Plan de Marketing
 - 1.2.1. Objetivos SMART
 - 1.2.2. Objetivos penetración de mercado
 - 1.2.3. Objetivos de crecimiento de ventas
 - 1.2.4. Objetivo de fidelización de clientes
- 1.3. La estrategia general del Plan de Marketing
 - 1.3.1. Definición de la visión
 - 1.3.2. Objetivos fijación
 - 1.3.3. Herramientas Plan de Marketing
 - 1.3.4. Conclusiones
- 1.4. El Marketing de OTC
 - 1.4.1. Análisis del mercado de productos OTC
 - 1.4.2. Desarrollo estrategia
 - 1.4.3. Diseño envases
 - 1.4.4. Desarrollo de estrategias de expansión
- 1.5. El Marketing de *consumer care*
 - 1.5.1. *Branding*
 - 1.5.2. Uso Marketing digital
 - 1.5.3. definición de estrategias clave
 - 1.5.4. Conclusiones
- 1.6. El Marketing medical
 - 1.6.1. Las necesidades específicas
 - 1.6.2. Relaciones publicas
 - 1.6.3. Gestión de conferencias medicas
 - 1.6.4. Estrategias para clínicas





- 1.7. El Marketing de componentes nutricionales
 - 1.7.1. Medición del rendimiento
 - 1.7.2. Tendencias Marketing nutricional
 - 1.7.3. Avances Marketing nutricional
 - 1.7.4. Conclusiones
- 1.8. El Marketing de productos genéricos
 - 1.8.1. Educación del consumidor
 - 1.8.2. *Branding* y etiquetado
 - 1.8.3. PPV
 - 1.8.4. Conclusión
- 1.9. El Marketing de productos hospitalarios
 - 1.9.1. Identificar el mercado objetivo
 - 1.9.2. Colaboración con proveedores
 - 1.9.3. Demostraciones
 - 1.9.4. Conclusión
- 1.10. El Marketing digital en la Industria Farmacéutica
 - 1.10.1. Optimización motores de búsqueda
 - 1.10.2. PPC
 - 1.10.3. Estrategias Marketing móvil
 - 1.10.4. Email Marketing

“

Gracias a esta titulación conseguirás posicionar tu proyecto farmacéutico en entornos digitales”

05

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 empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberá investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los farmacéuticos aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

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



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional del farmacéutico.

“

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los farmacéuticos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

El farmacéutico aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de software de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.



Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología, se han capacitado más de 115.000 farmacéuticos con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Esta metodología pedagógica está desarrollada en un entorno de máxima 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.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene el sistema de aprendizaje de TECH es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.



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



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los farmacéuticos 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.



Técnicas y procedimientos en vídeo

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, a los últimos avances educativos, al primer plano de la actualidad en procedimientos de atención farmacéutica. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión. Y lo mejor, puedes verlos las veces que quieras.



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



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.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto te guiará a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.



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.



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.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



06

Titulación

El Curso Universitario en Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Curso Universitario en Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica** contiene el programa científico 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 **Curso Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua del profesional y aporta un alto valor curricular universitario a su formación, y es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Título: **Curso Universitario en Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica**

ECTS: **6**

N.º Horas Oficiales: **150 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.



Curso Universitario Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Curso Universitario

Plan de Marketing en la Industria Farmacéutica

