

Experto Universitario

Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica



Experto Universitario Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Acceso web: www.techtitute.com/farmacia/experto-universitario/experto-estrategias-marketing-aplicadas-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 de estudio

pág. 22

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

La correcta ejecución de las Estrategias de Marketing en el ámbito farmacéutico permite captar la atención del público objetivo, comunicar los beneficios del producto y establecer conexiones con los consumidores. De este modo, al dirigir esfuerzos hacia las necesidades del mercado, las compañías Farmacéuticas pueden influir en la demanda y generar interés en sus productos. Dada la alta competitividad, es relevante que los profesionales del sector sean capaces de aplicar las últimas tendencias en el desarrollo y ejecución de campañas de promoción y comercialización. Por esta razón, TECH ha diseñado un completo programa en formato 100% en línea, el cual le ofrece al especialista la flexibilidad de acceder en cualquier momento y lugar desde cualquier dispositivo con conexión a internet.



“

Expande tus conocimientos sobre los fundamentos del plan Marketing farmacéutico con esta exclusiva titulación que solo te ofrece TECH”

El Marketing bien ejecutado en la industria Farmacéutica contribuye al incremento de las ventas de la empresa y el impulso de las preferencias de los consumidores hacia sus productos. Mediante estrategias como la promoción de lanzamientos, campañas publicitarias persuasivas y programas de fidelización, las compañías Farmacéuticas logran aumentar su cuota de mercado.

Por este motivo, la figura del farmacéutico especializado en Marketing se vuelve indispensable en la búsqueda del éxito comercial. Y es que estar a la vanguardia en las últimas técnicas publicitarias le permitirá identificar oportunidades, detectar tendencias y anticiparse a los cambios. Así, nace este Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica.

Se trata de un programa, que lleva al profesional durante 6 meses a ahondar en la elaboración de un plan de negocios, la correcta gestión de los procesos mercadotécnicos y a obtener una visión general del consumidor. En este sentido, el egresado podrá tener acceso a una serie de materiales multimedia como video resúmenes y lecturas especializadas, almacenados en una biblioteca virtual, a la cual, podrá ingresar en cualquier momento y lugar las 24 horas del día, sin restricciones.

Este **Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a 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

“

Aplicarás con éxito la metodología SMART y consigues aumentar las ventas en tu Farmacia”

“

Gracias a este programa potenciarás tu capacidad de análisis del mercado y desarrollarás líneas de actuación mucho más efectivas en el sector farmacéutico”

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.

Con esta titulación universitaria construirás una efectiva estrategia de Marketing aplicada a la Industria Farmacéutica.

Incrementarás tus habilidades en el ámbito del Marketing care a través del temario más avanzado creado por expertos consolidados en este campo.



02 Objetivos

La finalidad de este Experto Universitario es facilitar al farmacéutico una completa puesta al día en torno a las Estrategias de Marketing más vanguardistas y disruptivas utilizadas en la Industria Farmacéutica. De este modo, los profesionales elevarán sus destrezas en la creación de planes estratégicos de promoción de productos farmacológicos y todos los elementos relevantes para la consecución de los objetivos de comercialización y venta. Para facilitar este proceso de actualización, TECH proporciona un temario, elaborado por auténticos expertos.



“

Adecurarás a la perfección tus acciones promocionales, atendiendo a las tendencias y cambios en los hábitos de consumo en el ámbito de la salud”



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 farmaceutica
- ♦ 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

Módulo 1. Plan de Marketing farmacéutico

- ◆ 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

Módulo 2. Gestión del Marketing aplicado a la Industria Farmacéutica

- ◆ Introducir los principios y fundamentos del Marketing en la industria Farmacéutica
- ◆ Desarrollar habilidades en la gestión de productos farmacéuticos
- ◆ Abordar el empleo de herramientas y técnicas de Marketing digital

Módulo 3. El consumidor

- ◆ Profundizar en el comportamiento del consumidor
- ◆ Analizar los diferentes segmentos de mercado
- ◆ Investigar las tendencias y cambios en los hábitos de consumo
- ◆ Aplicar técnicas de investigación de mercado



Incursionarás en el Marketing de componentes nutricionales y hospitalario a través del mejor material didáctico”

03

Dirección del curso

En su compromiso con la calidad de sus programas, TECH ha reunido a un excelente equipo docente integrado por especialistas del ámbito de la Industria Farmacéutica y el Marketing. Gracias a su profundo conocimiento, el egresado tendrá la garantía de acceder a una titulación acorde a sus necesidades de actualización de la mano de grandes especialistas. Además, la cercanía del profesorado le permitirá resolver cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa.





“

Actualízate con un plan de estudios diseñado por expertos en el campo farmacéutico, donde aprenderás a utilizar estrategias de pago por clic para optimizar tus resultados”

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. González Suárez, Hugo

- ♦ Digital & Product Marketing Manager en Laboratorios ERN S.A.
- ♦ Product Marketing and Project Manager en Amgen
- ♦ Licenciatura en Bioquímica y Farmacología por la Cambridge International University
- ♦ Máster en Marketing por el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF)
- ♦ Máster en Administración de Negocios por la *ESNECA Business School*

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



04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica, presenta un temario que le permitirá al alumnado desarrollar de principio a fin un completo plan orientado a la promoción y venta en diferentes canales. Todo, desde una perspectiva teórico-práctica y con el mejor material pedagógico multimedia. Además, con la implementación del método *Relearning*, el egresado disminuirá las horas de estudio y fortalecerá la comprensión de los conceptos determinantes a largo plazo.



“

*Mediante el método Relearning
optimizarás tu estudio y evitarás
invertir largas horas, enfocándote
en los conceptos más relevantes”*

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 médicas
 - 1.6.4. Estrategias para clínicas

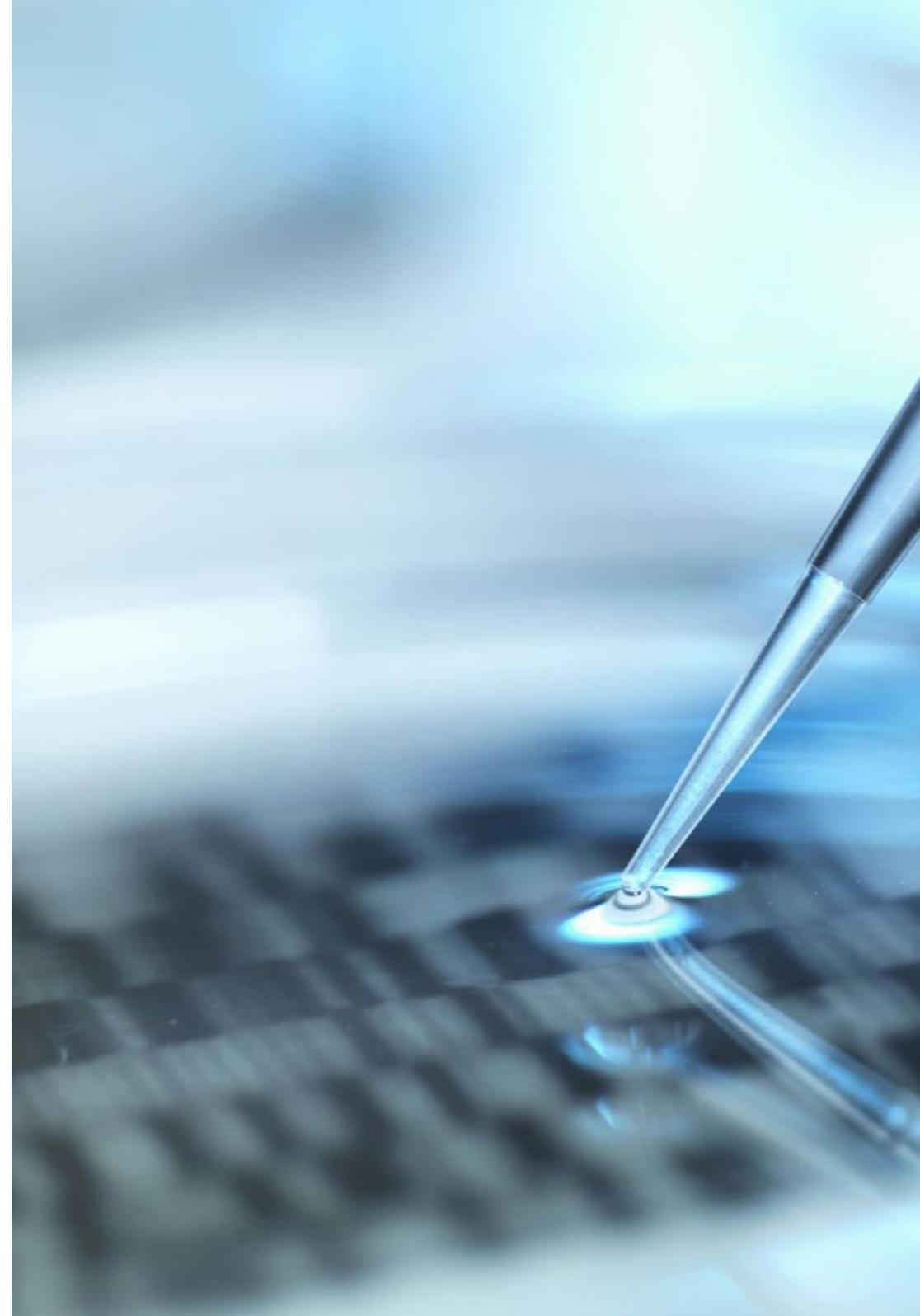


- 1.7. El Marketing de componentes nutricionales
 - 1.7.1. Medición del rendimiento
 - 1.7.2. Tendencias Marketing nutricional
 - 1.7.3. Avances Marketing nutricional
 - 1.7.4. Conclusiones
 - 1.8. El Marketing de productos genéricos
 - 1.8.1. Educación del consumidor
 - 1.8.2. *Branding* y etiquetado
 - 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
- Módulo 2. Gestión del Marketing aplicado a la Industria Farmacéutico**
- 2.1. La comunicación
 - 2.1.1. La comunicación efectiva y efectista
 - 2.1.2. La participación eventos
 - 2.1.3. Equipo comunicativo
 - 2.1.4. Comunicación interna
 - 2.2. La publicidad
 - 2.2.1. Anuncios impresos
 - 2.2.2. Anuncios televisivos
 - 2.2.3. Anuncio radio
 - 2.2.4. Anuncios redes sociales
 - 2.3. El Marketing directo
 - 2.3.1. Correo directo
 - 2.3.2. Mensajes de texto
 - 2.3.3. Llamadas telefónicas
 - 2.3.4. Programas de fidelización
 - 2.4. El e-Marketing
 - 2.4.1. Sitio Web
 - 2.4.2. Marketing de asociados
 - 2.4.3. Marketing de contenidos
 - 2.4.4. Publicidad en línea
 - 2.5. La investigación de tendencias de mercado
 - 2.5.1. Innovaciones tecnológicas
 - 2.5.2. Cambios epidemiológicos
 - 2.5.3. Acceso a mercados emergentes
 - 2.5.4. Digitalización en salud
 - 2.6. La diferenciación
 - 2.6.1. Medicamentos innovadores
 - 2.6.2. Formulaciones mejoradas
 - 2.6.3. Enfoque de seguridad
 - 2.6.4. Servicios de apoyo al paciente
 - 2.7. Las campañas publicitarias
 - 2.7.1. *Got Milk*
 - 2.7.2. *Share a coke*
 - 2.7.3. *The truth*
 - 2.7.4. *Like a girl*
 - 2.8. La creación de contenido
 - 2.8.1. Publicaciones científicas
 - 2.8.2. Materiales educativos
 - 2.8.3. Contenido en línea
 - 2.8.4. *Webinars*
 - 2.9. Las necesidades del consumidor
 - 2.9.1. Seguridad
 - 2.9.2. Eficacia
 - 2.9.3. Calidad

- 2.9.4. Accesibilidad
- 2.10. El comportamiento del consumidor
 - 2.10.1. Problemas de salud
 - 2.10.2. Influencia medica
 - 2.10.3. Investigación de información
 - 2.10.4. Experiencias anteriores

Módulo 3. El consumidor

- 3.1. Conocer al consumidor
 - 3.1.1. Análisis de datos de venta
 - 3.1.2. Perfil de consumidor
 - 3.1.3. Investigación opinión publica
 - 3.1.4. Estudio satisfacción de cliente
- 3.2. La tendencia en la demanda
 - 3.2.1. Envejecimiento de la población
 - 3.2.2. Conciencia de la salud
 - 3.2.3. Avances tecnológicos
 - 3.2.4. Medicina preventiva
- 3.3. Comunicación efectiva
 - 3.3.1. Mensajes claros
 - 3.3.2. Información científica
 - 3.3.3. Transparencia
 - 3.3.4. Comunicación bidireccional
- 3.4. Experiencias previas
 - 3.4.1. Manufactura Farmacéutica
 - 3.4.2. Farmacovigilancia
 - 3.4.3. Reembolso
 - 3.4.4. Analítica de datos
- 3.5. Accesibilidad en los productos
 - 3.5.1. Empaquetado de productos
 - 3.5.2. Información en braille
 - 3.5.3. Envases dosis unitarias



- 3.5.4. Adaptación de formatos
- 3.6. Educación del consumidor
 - 3.6.1. Promoción de la adherencia
 - 3.6.2. Uso seguro medicamentos venta libre
 - 3.6.3. Educación enfermedades crónicas
 - 3.6.4. Efectos secundarios
- 3.7. Creación de productos
 - 3.7.1. Desarrollo preclínico
 - 3.7.2. Ensayos clínicos
 - 3.7.3. Manufactura
 - 3.7.4. *Packaging* y etiquetado
- 3.8. La relación entre médico y paciente
 - 3.8.1. Comunicación abierta
 - 3.8.2. Comunicación transparente
 - 3.8.3. Toma de decisiones compartida
 - 3.8.4. Respeto y empatía
- 3.9. La Responsabilidad social
 - 3.9.1. Ética
 - 3.9.2. Responsabilidad social
 - 3.9.3. Sostenibilidad medioambiental
 - 3.9.4. Transparencia y rendición de cuentas
- 3.10. La influencia tecnológica
 - 3.10.1. Investigación y desarrollo
 - 3.10.2. Medicina de precisión
 - 3.10.3. Seguridad de datos
 - 3.10.4. Aprendizaje automático

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos 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.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras 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 Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ([boletín oficial](#)). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



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



Experto Universitario
Estrategias de Marketing
Aplicadas a la Industria
Farmacéutica

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Estrategias de Marketing Aplicadas
a la Industria Farmacéutica

