

Experto Universitario

Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico



Experto Universitario Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/farmacia/experto-universitario/experto-gestion-financiera-marketing-farmaceutico



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

Desde pequeñas farmacias, laboratorios hasta los distribuidores de productos y servicios emplean técnicas de Marketing con el objetivo de alcanzar sus metas de comercialización. En dicho proceso establecer un plan estratégico correcto es clave. En este sentido, la gestión financiera es crucial para poder alcanzar la meta sin descuidar los recursos económicos de que se disponen. En esta línea, se adentra esta titulación diseñada por TECH, que llevará al farmacéutico a profundizar en los elementos esenciales para poder implementar campañas promocionales teniendo en cuenta los aspectos de gestión económica más relevantes. Todo esto, en un formato pedagógico 100% online y a través del mejor material didáctico multimedia, creado por expertos con una consolidada trayectoria profesional en esta industria.



“

Actualízate en tan solo 6 meses sobre los procesos clave para llevar a cabo con éxito una Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico”

La planificación, la asignación y el control eficiente de los recursos financieros destinados a las estrategias de Marketing y promoción son claves para su éxito. El profesional farmacéutico conocedor del sector debe, además, tener en cuenta estos factores económicos para poder implementar con garantías líneas de acción comerciales en su establecimiento o con los productos que comercialice.

Esto implica realizar un análisis detallado de los costos asociados a la publicidad online y offline, la participación en eventos y conferencias o en la creación de materiales promocionales. Por esta razón, nace este Experto Universitario en Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico de tan solo 6 meses de duración.

Se trata de un programa avanzado, elaborado por auténticos expertos que llevarán al egresado a profundizar en el presente de la Industria Farmacéutica, las Finanzas orientadas al departamento de Marketing o la gestión de personal dentro de este sector. Para ello, el farmacéutico contará con recursos didácticos basado en vídeo resúmenes de cada tema, vídeos en detalle, lecturas especializadas y simulaciones de casos de estudio.

El profesional está, así, ante una excelente oportunidad de conseguir una completa puesta al día en este campo mediante una titulación caracterizada por su flexibilidad. Y es que, el alumnado tan solo necesita de un dispositivo digital (móvil, *Tablet* u ordenador) con conexión a internet para visualizar, en cualquier momento del día, el contenido alojado en la plataforma virtual.

Este **Experto Universitario en Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico** contiene el programa universitario 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



Una opción académica que te permitirá estar al día de las estrategias utilizadas en la publicidad tradicional y el Marketing digital"

“

Potenciarás tus habilidades en la gestión financiera orientados a iniciativas de Marketing 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.

Ahonda en la gestión del riesgo financiero aplicado al Marketing Farmacéutico gracias a los casos de estudio facilitado por expertos en esta materia.

Profundiza desde la comodidad de tu hogar en la gestión del presupuesto de Marketing.



02 Objetivos

La finalidad de esta titulación universitaria es proporcionar al especialista las estrategias y y herramientas necesarias para poder elevar sus competencias en el desarrollo de planes de Marketing Farmacéutico. Para ello, dispone de un exhaustivo temario con un enfoque teórico-práctico y de gran utilidad para la implementación de acciones de promoción y comercialización, atendiendo a los criterios económicos más eficientes. Asimismo, cuenta con el respaldo de un profesorado especializado que resolver cualquier consulta que tenga sobre el contenido de este programa.





“

*Potencia tus habilidades para la
dirección de estrategias comerciales
con esta titulación universitaria”*



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. Estructura de la Industria Farmacéutica

- ♦ Ahondar en la estructura y funcionamiento de la industria Farmacéutica
- ♦ Indagar en la cadena de suministro, los actores principales y su interacción
- ♦ Abordar el entorno competitivo de la Industria Farmacéutica

Módulo 2. Finanzas para el departamento de Marketing

- ♦ Profundizar en los conceptos financieros clave
- ♦ Aplicar técnicas de evaluación de proyectos de Marketing
- ♦ Ahondar en el impacto financiero de las estrategias de Marketing

Módulo 3. Dirección y gestión de equipos en la industria Farmacéutica

- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo
- ♦ Analizar los aspectos específicos de la gestión en la industria Farmacéutica
- ♦ Aplicar técnicas de gestión de proyectos



Incrementa tus competencias para integrar las técnicas de gestión de proyectos más efectivas en la Industria Farmacéutica"

03

Dirección del curso

En aras de proporcionar una puesta al día de calidad, TECH ha llevado a cabo un riguroso proceso de selección de todos y cada uno de los profesores que integran este programa. De este modo, el egresado obtendrá una completa actualización de la mano de especialistas con una acumulada experiencia profesional en la Industria Farmacéutica y en el Marketing. De esta forma, esta institución académica da respuesta a las necesidades de incremento de competencias dentro de este sector.



“

*Resolverás cualquier duda que tengas
sobre Plan de Marketing Farmacéutico
con los mejores expertos en este 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. García-Valdecasas Rodríguez de Rivera, Jesús

- ♦ Director Técnico Farmacéutico en Laboratorios Bohm
- ♦ Técnico Responsable del Área de Biocidas y del Área de Cosmética en Laboratorios Bohm
- ♦ Coordinador de Calidad y Registros en Laboratorios Bohm
- ♦ Director Garantía Calidad, Desarrollo y Asuntos Regulatorios en Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ♦ Responsable de Registros/Servicios Técnicos en Arafarma Group S.A.
- ♦ Licenciado en Farmacia por la Universidad de Alcalá
- ♦ Máster en Industria Farmacéutica y Parafarmacéutica por el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF)

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*



Dña. López Pérez, Dámaris

- ♦ Senior healthcare consultant en GOC
- ♦ Asesora Médica de Marketing en Doctaforum Medical Marketing
- ♦ Consultora en Persea
- ♦ Coordinadora de Programas en VESA
- ♦ Asistente de Investigación en el Centro de Conservación de Elefantes
- ♦ Maestría en Biología, Investigación y Conservación de la Biodiversidad por la Universidad de Salamanca
- ♦ Maestría en Asuntos Médicos y Medical Science Liaison por el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica
- ♦ Licenciada en Biología por la Universidad de Extremadura

D. Muñoz, Ignacio

- ♦ Senior HR Business Partner en CAPITAL ENERGY
- ♦ Manager en Nexus Information Technology
- ♦ Experto en Coaching Ejecutivo. Acreditado por la International Coach Federation y la cualificación Accredited Coach Training Program
- ♦ Máster Executive de Recursos Humanos por el Centro de Estudios Garrigues
- ♦ Licenciado en Psicopedagogía por la Universidad Complutense de Madrid



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

04

Estructura y contenido

Este Experto Universitario en Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico ofrecerá al profesional Farmacéutico los conocimientos más actualizados en materia presupuestaria para el ámbito de la comercialización de productos Farmacéuticos. De esta forma, el farmacéutico profundizará en la evaluación del rendimiento, la administración del riesgo monetario y la viabilidad de nuevos productos. Todo esto, sin necesidad de invertir largas horas de estudio, ya que el sistema Relearning, basado en la reiteración de contenido clave permite afianzar los conceptos determinantes de un modo más sencillo.



“

*Un plan de estudios adaptado a tus necesidades
y diseñado con la metodología pedagógica más
revolucionaria, el sistema Relearning”*

Módulo 1. Estructura de la industria farmacéutica

- 1.1. Desarrollo farmacológico
 - 1.1.1. Descubrimiento de fármacos
 - 1.1.2. Farmacocinética
 - 1.1.3. Farmacodinamia
 - 1.1.4. Ensayos preclínicos
- 1.2. El laboratorio Farmacéutico
 - 1.2.1. Buenas prácticas de laboratorio
 - 1.2.2. Equipos de laboratorio
 - 1.2.3. Instrumentación de laboratorio
 - 1.2.4. Análisis microbiológico
- 1.3. I+D
 - 1.3.1. Técnicas de cribado
 - 1.3.2. Técnicas de validación
 - 1.3.3. Diseño racional
 - 1.3.4. Química medicinal
- 1.4. Patentes
 - 1.4.1. Fundamentos de la propiedad intelectual
 - 1.4.2. Procedimientos de solicitud de patentes
 - 1.4.3. Análisis de patentabilidad
 - 1.4.4. Estrategias de protección
- 1.5. Genéricos
 - 1.5.1. Equivalencia terapéutica
 - 1.5.2. Bioequivalencia
 - 1.5.3. Proceso de desarrollo
 - 1.5.4. Proceso de fabricación
- 1.6. Gestión de stock
 - 1.6.1. Control de stock
 - 1.6.2. Gestión de inventario
 - 1.6.3. Métodos de pronóstico demanda
 - 1.6.4. Software Gestión de stock



- 1.7. Descuentos
 - 1.7.1. Descuentos por volumen
 - 1.7.2. Descuentos pronto pago
 - 1.7.3. Descuentos fidelidad
 - 1.7.4. Análisis de rentabilidad en descuentos
- 1.8. Cadena de valor industria farmacéutica
 - 1.8.1. Gestión de riesgos
 - 1.8.2. Tecnologías de la información
 - 1.8.3. Sostenibilidad
 - 1.8.4. Responsabilidad social
- 1.9. Alianzas estratégicas
 - 1.9.1. Colaboraciones
 - 1.9.2. Acuerdos de licencia
 - 1.9.3. *Joint ventures*
 - 1.9.4. Negociación de alianzas estratégicas
- 1.10. Los organismos reguladores
 - 1.10.1. Vigilancia postcomercialización
 - 1.10.2. Auditorias regulatorias
 - 1.10.3. Armonización regulatoria
 - 1.10.4. Reconocimiento mutuo de registros

Módulo 2. Finanzas para el departamento de Marketing

- 2.1. Presupuesto de Marketing
 - 2.1.1. Publicidad tradicional
 - 2.1.2. Marketing digital
 - 2.1.3. Relaciones con los medios
 - 2.1.4. Relaciones publicas
- 2.2. Análisis de coste y beneficio
 - 2.2.1. ACE
 - 2.2.2. ACU
 - 2.2.3. ACB
 - 2.2.4. ACM

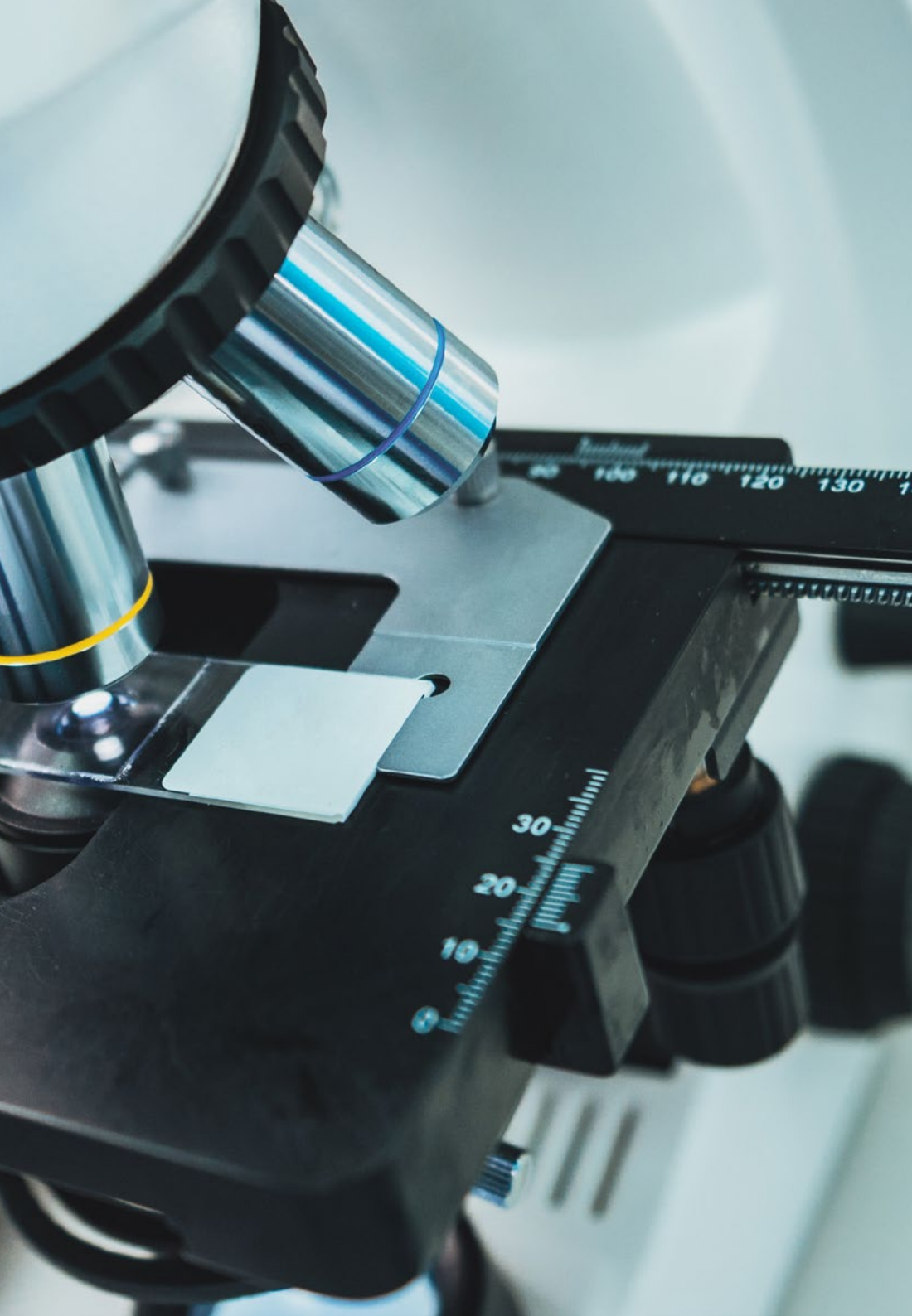
- 2.3. Medición del rendimiento
 - 2.3.1. Cuota de mercado
 - 2.3.2. Retorno de inversión
 - 2.3.3. Investigación y desarrollo
 - 2.3.4. Eficiencia operativa
- 2.4. Planificación Financiera
 - 2.4.1. Presupuesto
 - 2.4.2. Gestión de inventario
 - 2.4.3. Gestión de riesgos
 - 2.4.4. Capitalización
- 2.5. Gestión del riesgo financiero
 - 2.5.1. Diversificación de productos
 - 2.5.2. Gestión cadena suministro
 - 2.5.3. Cobertura de riesgos financieros
 - 2.5.4. Conclusiones
- 2.6. La rentabilidad
 - 2.6.1. Eficiencia en la producción
 - 2.6.2. Estrategias de comercialización
 - 2.6.3. Expansión geográfica
 - 2.6.4. Conclusiones
- 2.7. Las inversiones futuras
 - 2.7.1. Análisis del riesgo
 - 2.7.2. Oportunidad de mercado
 - 2.7.3. Elección del momento
 - 2.7.4. Conclusiones
- 2.8. Los recursos financieros de la empresa
 - 2.8.1. Capital propio
 - 2.8.2. Financiamiento de deuda
 - 2.8.3. Capital de riesgo
 - 2.8.4. Subvenciones

- 2.9. El retorno de la inversión
 - 2.9.1. Patentes
 - 2.9.2. Investigación
 - 2.9.3. Análisis
 - 2.9.4. Conclusión
- 2.10. La viabilidad de los nuevos productos
 - 2.10.1. Eficacia y seguridad
 - 2.10.2. Demanda
 - 2.10.3. Oferta
 - 2.10.4. Propiedad intelectual

Módulo 3. Dirección y Gestión de equipos en la industria farmacéutica

- 3.1. Liderazgo en la industria farmacéutica
 - 3.1.1. Tendencias y desafíos del liderazgo
 - 3.1.2. Liderazgo transformacional
 - 3.1.3. Liderazgo en la Gestión de riesgos
 - 3.1.4. Liderazgo en la mejora continua
- 3.2. Gestión del talento
 - 3.2.1. Estrategias de reclutamiento
 - 3.2.2. Desarrollo de perfiles
 - 3.2.3. Planificación de la sucesión
 - 3.2.4. Retención del talento
- 3.3. Desarrollo y capacitación de equipos
 - 3.3.1. BPM Buenas prácticas de manufactura
 - 3.3.2. Desarrollo de habilidades técnicas
 - 3.3.3. Entrenamiento en seguridad
 - 3.3.4. Desarrollo en I+D
- 3.4. Estrategias de comunicación interna
 - 3.4.1. Desarrollo de una cultura de comunicación abierta
 - 3.4.2. Comunicación de objetivos y estrategias
 - 3.4.3. Comunicación de cambios organizativos
 - 3.4.4. Comunicación de políticas y procedimientos





- 3.5. Gestión del rendimiento
 - 3.5.1. Establecimiento de metas y objetivos claros
 - 3.5.2. Definición de indicadores de rendimiento
 - 3.5.3. Retroalimentación continua
 - 3.5.4. Evaluación del desempeño
- 3.6. Gestión del cambio
 - 3.6.1. Diagnóstico de la necesidad de cambio
 - 3.6.2. Comunicación efectiva del cambio
 - 3.6.3. Creación de un sentido de urgencia
 - 3.6.4. Identificación de líderes del cambio
- 3.7. Gestión de calidad
 - 3.7.1. Definición de estándares de calidad
 - 3.7.2. Implementación de sistemas de Gestión de calidad
 - 3.7.3. Control de calidad en la producción
 - 3.7.4. Gestión de proveedores
- 3.8. Gestión del presupuesto de Marketing
 - 3.8.1. Planificación estratégica de Marketing
 - 3.8.2. Establecimiento del presupuesto total de Marketing
 - 3.8.3. Distribución del presupuesto por canales de Marketing
 - 3.8.4. Análisis de retorno de inversión (ROI)
- 3.9. Planificación y ejecución de campañas de Marketing
 - 3.9.1. Análisis del mercado y del público objetivo
 - 3.9.2. Establecimiento de objetivos de la campaña
 - 3.9.3. Desarrollo de estrategias de Marketing
 - 3.9.4. Selección de canales de Marketing
- 3.10. Actualización de novedades del mercado
 - 3.10.1. Análisis de tendencias del mercado
 - 3.10.2. Monitoreo de la competencia
 - 3.10.3. Seguimiento de las novedades del sector
 - 3.10.4. Participación en eventos y conferencias

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 intensivo 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 según el índice global score, 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.

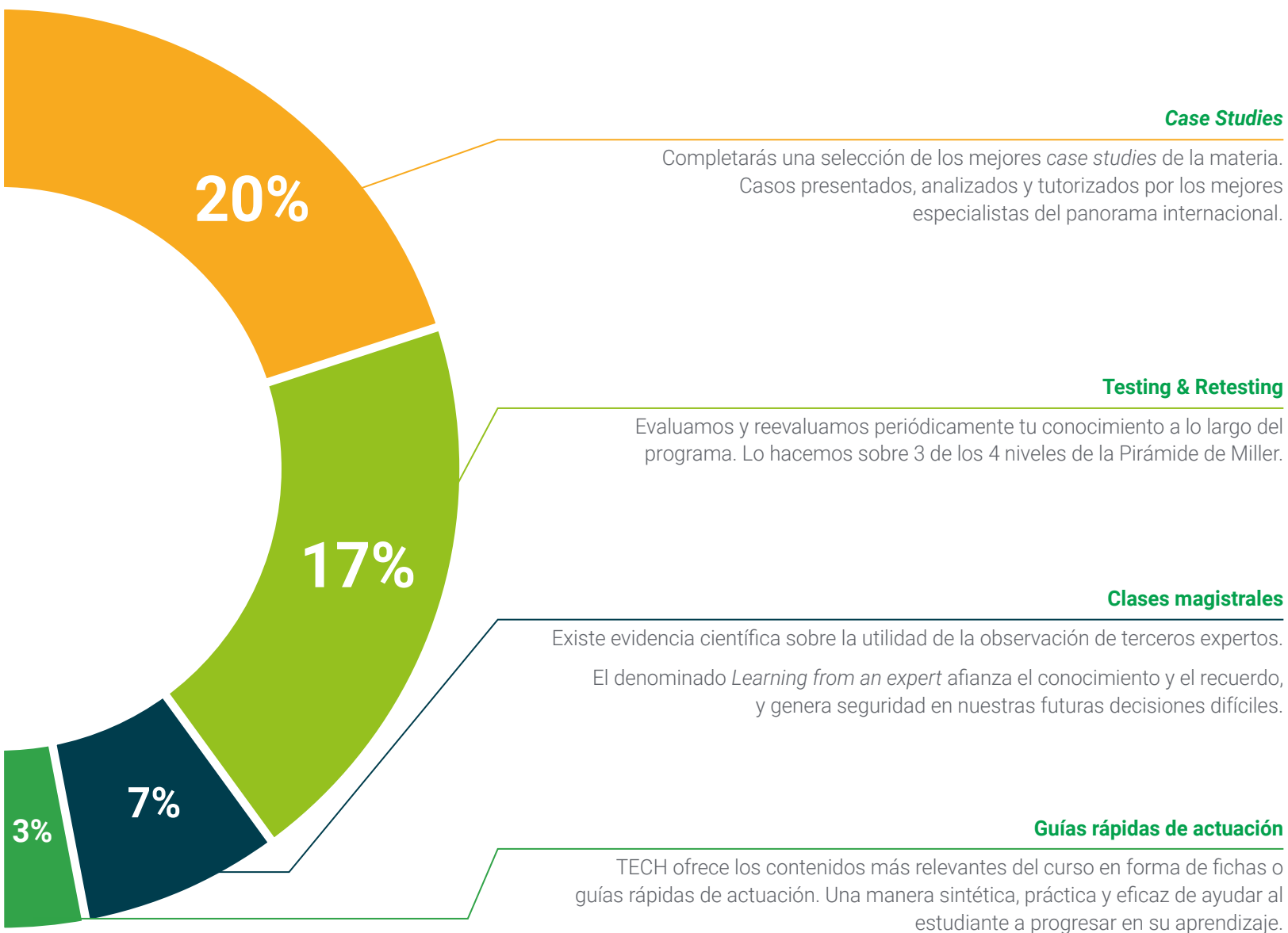
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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 Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Experto Universitario en Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico** contiene el programa universitario 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 **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

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

Título: **Experto Universitario en Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



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



Experto Universitario
Gestión Financiera del
Marketing Farmacéutico

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Gestión Financiera del
Marketing Farmacéutico