

Experto Universitario

Marketing Digital Aplicado
a la Industria Farmacéutica



tech universidad
tecnológica

Experto Universitario Marketing Digital Aplicado a la Industria Farmacéutica

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

Acceso web: www.techtute.com/farmacia/experto-universitario/experto-marketing-digital-aplicado-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. 22

06

Titulación

pág. 30

01

Presentación

La mayor afluencia de personas en el ecosistema digital ha llevado a la Industria Farmacéutica a apostar decididamente por el Marketing en este entorno. Por esta razón, los farmacéuticos deben estar al día de las últimas tendencias en comercialización en línea, las estrategias más efectivas para llegar al público objetivo, así como las herramientas utilizadas para el estudio de mercado. En esta línea, se adentra esta titulación 100% online de TECH, que lleva al egresado a profundizar en la gestión de campañas promocionales. Todo esto, en tan solo 6 meses de duración y a través del contenido más avanzado, elaborado por auténticos especialistas con una consolidada trayectoria vinculada a la Publicidad y el sector farmacéutico.





“

Con TECH expandirás tus habilidades en Marketing Digital y aplicarás sus estrategias en el ámbito farmacéutico”

La irrupción de las redes sociales, la aparición de perfiles en estos entornos orientados a facilitar información de salud y bienestar ha hecho que la industria farmacéutica conduzca sus esfuerzos publicitarios a este ámbito digital. Por esta razón, es esencial que todo profesional del sector esté al tanto de las estrategias utilizadas en email Marketing, en la creación de contenido o los avances tecnológicos propios de la Industria Farmacéutica que han revolucionado la forma de desarrollar productos y ofrecer salud digital.

Ante esta continua evolución, TECH ha decidido desarrollar este Experto Universitario que llevará al alumnado en tan solo 6 meses de duración a realizar una completa puesta al día sobre la gestión de Marketing aplicado al campo farmacéutico o las técnicas más sofisticadas en el ámbito de la investigación de mercado.

Un itinerario académico que adquiere un mayor dinamismo gracias a los recursos multimedia (vídeo resúmenes de cada tema, vídeos in focus), lecturas especializadas y casos de estudio a los que acceder, cómodamente desde cualquier dispositivo digital con conexión a internet.

Asimismo, gracias al método *Relearning*, basado en la reiteración continuada de los conceptos clave, el egresado disminuirá las largas horas de estudio y memorización, consiguiendo en poco tiempo consolidar los conceptos clave abordados.

Una excelente oportunidad de progresión mediante una opción académica flexible, que se adapta a las necesidades de actualización de los farmacéuticos y les permite conciliar sus actividades diarias con una propuesta universitaria de calidad.

Este **Experto Universitario en Marketing Digital Aplicado 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



Gracias a esta titulación estarás al día de los avances obtenidos por la Industria Farmacéutica con la aplicación de Inteligencia Artificial"

“

Profundiza en el Machine Learning utilizado en investigación de mercado y aplícalo en tu estrategia de Marketing Digital”

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.

Estarás al día de las estrategias más efectivas utilizadas en e-Marketing, el Marketing de afiliados y la publicidad, a través de esta titulación 100% online.

Ahondarás en las últimas tendencias en digitalización en salud a través del mejor material didáctico multimedia.



02 Objetivos

Una vez concluya esta titulación universitaria, el farmacéutico estará al tanto de los adelantos más notorios en Marketing Digital Aplicado a la Industria Farmacéutica. Para lograr esta finalidad, el programa le permitirá al especialista ahondar en los principios y fundamentos del Marketing, analizar el impacto de las nuevas tecnologías y desarrollar habilidades en diseño y ejecución de investigaciones. Un proceso que será mucho más sencillo, gracias al numeroso material didáctico que conforma la extensa biblioteca virtual de este programa.



“

Incursiona desde la comodidad de tu hogar en los avances en el desarrollo farmacológico y los servicios de apoyo al paciente”



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. Gestión de 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 2. Nuevas tecnologías aplicadas al sector farmacéutico

- ♦ Ahondar en las nuevas tendencias tecnológicas en la Industria Farmacéutica
- ♦ Analizar el impacto de las nuevas tecnologías en la Industria Farmacéutica
- ♦ Desarrollar habilidades en la gestión de proyectos tecnológicos

Módulo 3. Investigación de mercado en Industria Farmacéutica

- ♦ Profundizar los conceptos y metodologías de investigación de mercado
- ♦ Desarrollar habilidades en diseño y ejecución de estudios de investigación
- ♦ Ahondar en la utilización de tecnologías y herramientas de investigación de mercado



Ahonda en exitosas campañas publicitarias como “Got Milk” y “Share a Coke”, mientras perfeccionas tus habilidades para desarrollar estrategias creativas adaptadas a la industria Farmacéutica”

03

Dirección del curso

Esta titulación se distingue por la calidad de su cuerpo docente, seleccionado por TECH atendiendo a su dilatada trayectoria profesional y a su dominio del Marketing Farmacéutico. De este modo, el alumnado tendrá a su alcance un temario elaborado por auténticos especialistas, que aportará la información más rigurosa y actualizada en este ámbito. Asimismo, gracias a su cercanía, el farmacéutico podrá resolver cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa universitario.





“

Dispondrás de un equipo de docentes que te aportará contenido de alta calidad sobre las últimas tendencias en Marketing Farmacéutico”

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*

Dña. López Pérez, Damaris

- ♦ Ejecutivo de Cuentas Médicas en el Treelogy Medical Marketing
- ♦ 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



“

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 Marketing Digital Aplicado a la Industria Farmacéutica proporciona un plan de estudios completo que abarca de forma global las estrategias utilizadas en la promoción online de productos farmacológico. En este sentido, este itinerario académico también profundiza en conceptos clave como la publicidad online, el e-mail Marketing, la tecnología Blockchain o el *Business Intelligence*. Todo esto, además, con un contenido, accesible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

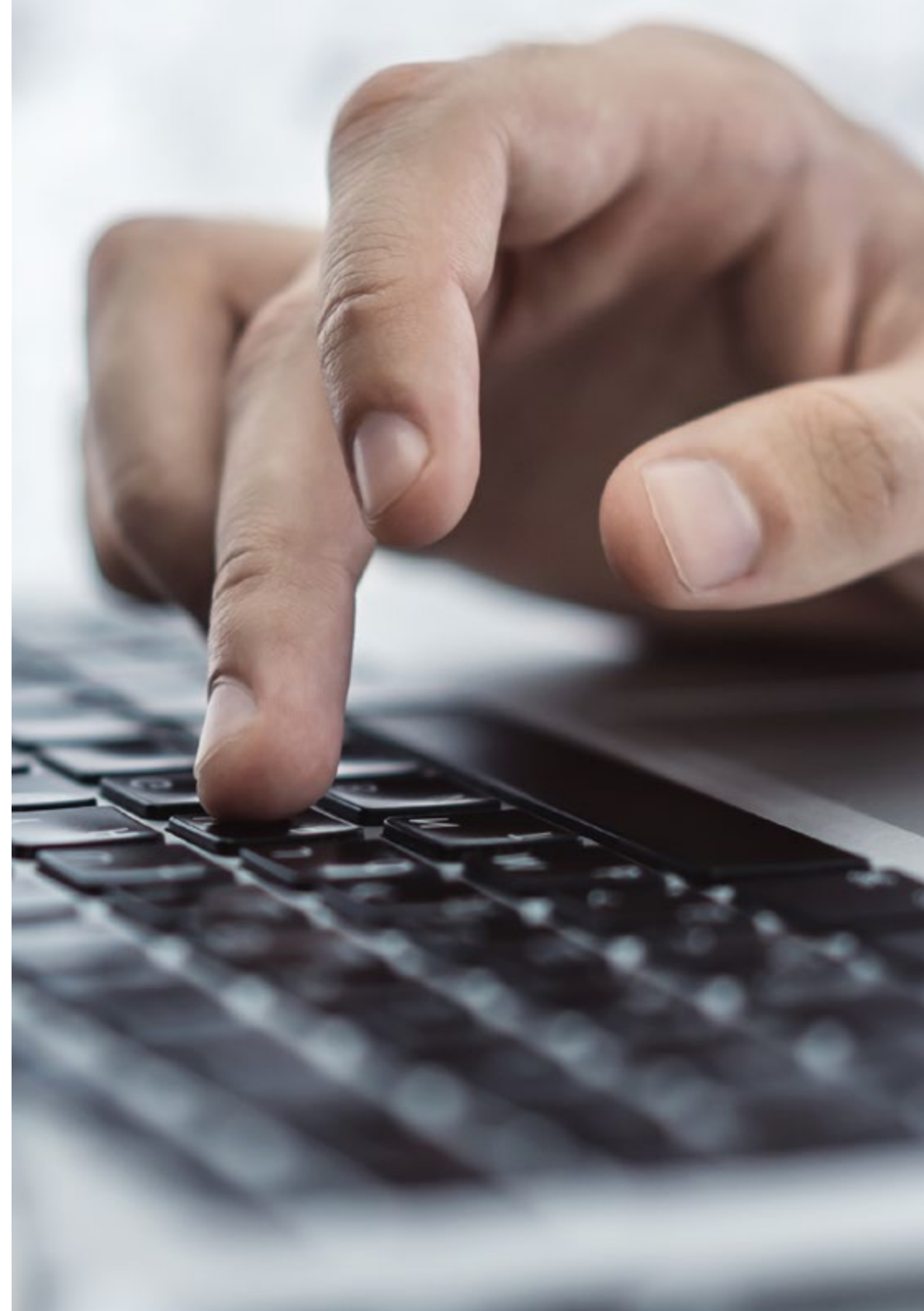


“

Un plan de estudios personalizado con el método Relearning, para asegurar una puesta al día óptima, sin invertir largas horas en memorizar conceptos”

Módulo 1. Gestión de Marketing aplicado a la industria farmacéutica

- 1.1. La comunicación
 - 1.1.1. La comunicación efectiva y efectista
 - 1.1.2. La participación eventos
 - 1.1.3. Equipo comunicativo
 - 1.1.4. Comunicación interna
- 1.2. La publicidad
 - 1.2.1. Anuncios impresos
 - 1.2.2. Anuncios televisivos
 - 1.2.3. Anuncio radio
 - 1.2.4. Anuncios redes sociales
- 1.3. El Marketing directo
 - 1.3.1. Correo directo
 - 1.3.2. Mensajes de texto
 - 1.3.3. Llamadas telefónicas
 - 1.3.4. Programas de fidelización
- 1.4. El e-Marketing
 - 1.4.2. Marketing de asociados
 - 1.4.3. Marketing de contenidos
 - 1.4.4. Publicidad en línea
- 1.5. La investigación de tendencias de mercado
 - 1.5.1. Innovaciones tecnológicas
 - 1.5.2. Cambios epidemiológicos
 - 1.5.3. Acceso a mercados emergentes
 - 1.5.4. Digitalización en salud
- 1.6. La diferenciación
 - 1.6.1. Medicamentos innovadores
 - 1.6.2. Formulaciones mejoradas
 - 1.6.3. Enfoque de seguridad
 - 1.6.4. Servicios de apoyo al paciente



- 1.7. Las campañas publicitarias
 - 1.7.1. *Got Milk*
 - 1.7.2. *Share a coke*
 - 1.7.3. *The truth*
 - 1.7.4. *Like a girl*
- 1.8. La creación de contenido
 - 1.8.1. Publicaciones científicas
 - 1.8.2. Materiales educativos
 - 1.8.3. Contenido en línea
 - 1.8.4. *Webinars*
- 1.9. Las necesidades del consumidor
 - 1.9.1. Seguridad
 - 1.9.2. Eficacia
 - 1.9.3. Calidad
 - 1.9.4. Accesibilidad
- 1.10. El comportamiento del consumidor
 - 1.10.1. Problemas de salud
 - 1.10.2. Influencia medica
 - 1.10.3. Investigación de información
 - 1.10.4. Experiencias anteriores

Módulo 2. Nuevas tecnologías aplicadas al sector farmacéutico

- 2.1. Inteligencia Artificial IA
 - 2.1.1. Descubrimiento de medicamentos
 - 2.1.2. Investigación clínica
 - 2.1.3. Análisis medico
 - 2.1.4. Terapia personalizada
- 2.2. Tecnología Blockchain
 - 2.2.1. Cadena de suministro
 - 2.2.2. Trazabilidad
 - 2.2.3. Autenticidad
 - 2.2.4. Gestión de datos

- 2.3. Big data
 - 2.3.1. Datos genómicos
 - 2.3.2. Datos moleculares
 - 2.3.3. Datos clínicos
 - 2.3.4. Análisis de datos
- 2.4. Salud Digital
 - 2.4.1. Aplicaciones móviles
 - 2.4.2. Telemedicina
 - 2.4.3. Consultas virtuales
 - 2.4.4. Comunidades en línea
- 2.5. Dispositivos médicos inteligentes
 - 2.5.1. Bombas de insulina inteligentes
 - 2.5.2. Medidores de glucosa conectados
 - 2.5.3. Inhaladores inteligentes
 - 2.5.4. Dispositivos de monitorización cardiaca
- 2.6. Impresión en 3D
 - 2.6.1. Fabricación medicamentos personalizados
 - 2.6.2. Formulación de medicamentos
 - 2.6.3. Diseño formas Farmacéuticas complejas
 - 2.6.4. Modelos anatómicos
- 2.7. Nanotecnología
 - 2.7.1. Terapia génica
 - 2.7.2. Detección de enfermedades
 - 2.7.3. Terapia fototérmica
 - 2.7.4. Nanomedicina regenerativa
- 2.8. Robótica
 - 2.8.1. Automatización de líneas de producción
 - 2.8.2. Síntesis de medicamentos
 - 2.8.3. Farmacia automatizada
 - 2.8.4. Cirugía asistida por robots

- 2.9. Biosensores
 - 2.9.1. Biosensores de glucosa
 - 2.9.2. Biosensores de PH
 - 2.9.3. Biosensores de oxígeno
 - 2.9.4. Biosensores de lactato
- 2.10. Realidad aumentada
 - 2.10.1. Promoción de productos
 - 2.10.2. Formación de profesionales
 - 2.10.3. Guía de dosificación
 - 2.10.4. Visualización de datos médicos

Módulo 3. Investigación de mercado industria Farmacéutica

- 3.1. Tipos de investigación de mercado
 - 3.1.1. Investigación cualitativa
 - 3.1.2. Investigación cuantitativa
 - 3.1.3. Tipos de recolección
 - 3.1.4. Diseño de estudios de mercado
- 3.2. *Business Intelligence*
 - 3.2.1. La gestión de datos
 - 3.2.2. Herramientas de BI
 - 3.2.3. Extracción de datos
 - 3.2.4. Carga de datos
- 3.3. Análisis de la demanda
 - 3.3.1. Análisis estadístico
 - 3.3.2. Análisis de patrones
 - 3.3.3. Análisis por segmentos
 - 3.3.4. Análisis de factores
- 3.4. Segmentación de mercado
 - 3.4.1. Beneficios de la segmentación
 - 3.4.2. Métodos de la segmentación
 - 3.4.3. Técnicas de la segmentación
 - 3.4.4. Análisis de variables demográficas





- 3.5. Investigación de la competencia
 - 3.5.1. Análisis de la estructura competitiva
 - 3.5.2. Análisis competidores directos
 - 3.5.3. Evaluación de la posición competitiva
 - 3.5.4. Ventajas competitivas
- 3.6. Análisis de tendencias
 - 3.6.1. Fuentes de información
 - 3.6.2. Herramientas de análisis
 - 3.6.3. Seguimiento de tendencias
 - 3.6.4. Tendencias tecnológicas
- 3.7. La imagen de empresa
 - 3.7.1. Beneficios imagen de empresa
 - 3.7.2. Elementos clave imagen corporativa
 - 3.7.3. Gestión de la reputación
 - 3.7.4. Comunicación de empresa
- 3.8. La tendencia de precios
 - 3.8.1. Análisis tendencia de precios
 - 3.8.2. Herramientas análisis de tendencia de precios
 - 3.8.3. Análisis de precios internacionales
 - 3.8.4. Evaluación del valor
- 3.9. Estudio de acceso al mercado
 - 3.9.1. Factores clave
 - 3.9.2. Análisis sistemas de salud
 - 3.9.3. Modelos de financiación
 - 3.9.4. Estrategias de *pricing*
- 3.10. Últimas tendencias tecnológicas en investigación de mercado
 - 3.10.1. *Machine Learning*
 - 3.10.2. Análisis de datos masivos
 - 3.10.3. Análisis de redes sociales
 - 3.10.4. Realidad virtual

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



“

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

Este **Experto Universitario en Marketing Digital Aplicado a 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 **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** 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 Marketing Digital Aplicado a la Industria Farmacéutica**
N.º Horas Oficiales: **450 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.



Experto Universitario
Marketing Digital Aplicado
a la Industria Farmacéutica

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

Experto Universitario

Marketing Digital Aplicado
a la Industria Farmacéutica