

Experto Universitario

Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico



tech universidad
tecnológica

Experto Universitario Gestión Financiera del Marketing Farmacéutico

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.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

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

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 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



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 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 de 450 horas lectivas”



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

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, 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 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



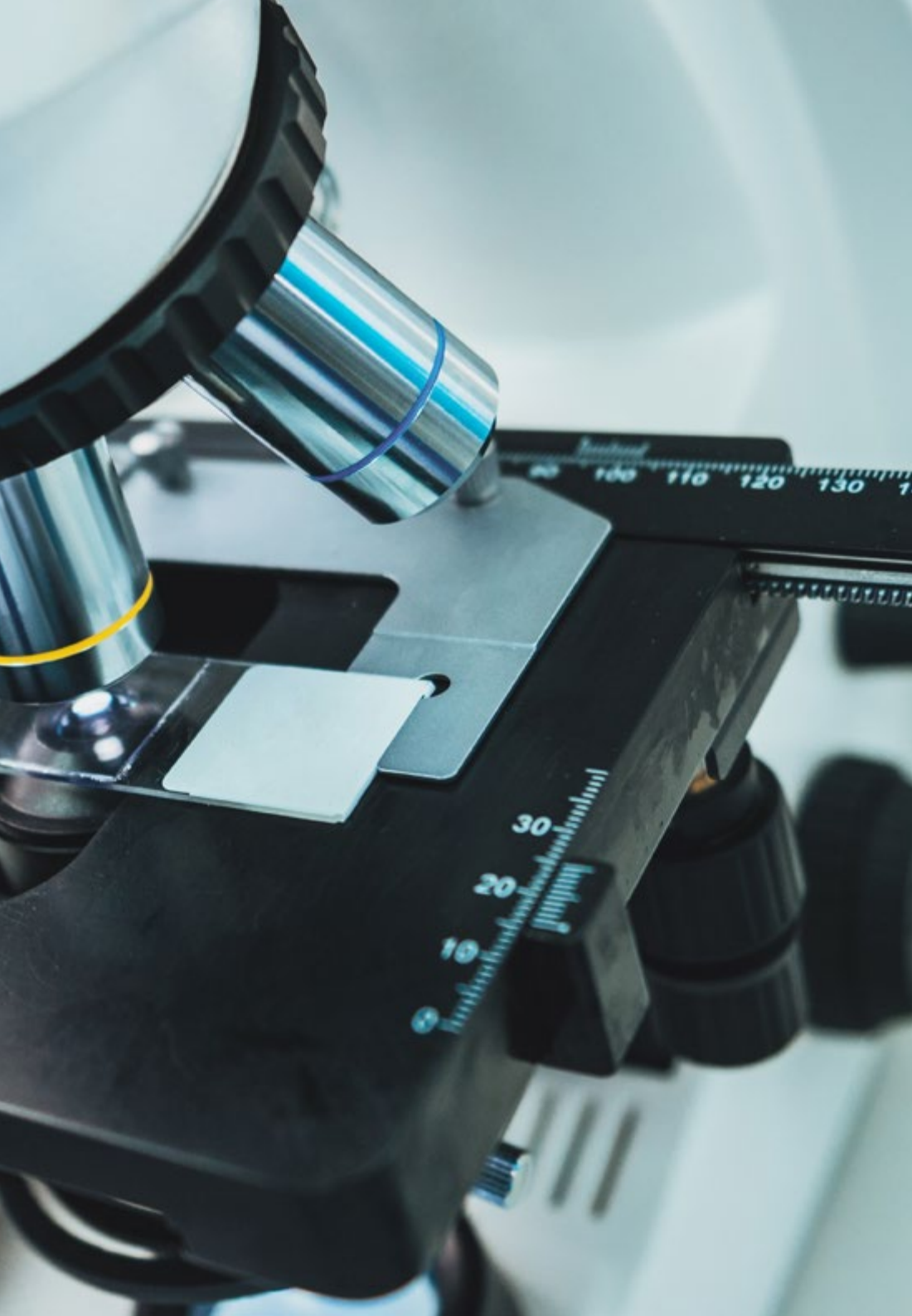
- 1.7. Descuentos
 - 1.7.1. Descuentos por volumen
 - 1.7.2. Descuentos pronto pago
 - 1.7.3. Descuentos fidelidad
 - 1.7.4. Análisis de rentabilidad en descuentos
 - 1.8. Cadena de valor industria farmacéutica
 - 1.8.1. Gestión de riesgos
 - 1.8.2. Tecnologías de la información
 - 1.8.3. Sostenibilidad
 - 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

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 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 Tecnológica.



“

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 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**.

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

ECTS: **18**

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
Gestión Financiera del
Marketing Farmacéutico

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Gestión Financiera del
Marketing Farmacéutico

