

Experto Universitario

Marketing Aplicado
a la Parafarmacia



Experto Universitario Marketing Aplicado a la Parafarmacia

- » 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-marketing-aplicado-parafarmacia



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

Los productos parafarmacéuticos permiten realizar un mayor número de acciones de Marketing impactantes de cara al cliente. Un hecho que debe ser rentabilizado tanto económicamente como en imagen de marca de los propios negocios.

En este sentido, es clave que los profesionales farmacéuticos estén al tanto de las últimas tendencias en este campo y la aplicación de las estrategias más exitosas para obtener una mayor repercusión. En esta línea, TECH ha decidido crear una titulación 100% online, que llevará al egresado a actualizar sus conocimientos sobre las acciones de venta, de promoción y la planificación contable necesaria en los diferentes tipos de empresas de Parafarmacia. Todo, con numeroso material didáctico, elaborado por auténticos especialistas en la rama farmacéutica, publicitaria y de la comunicación.



“

*Una titulación 100% online, sin clases con
horarios fijos y adaptada a las necesidades
reales de los profesionales farmacéuticos”*

La realización de campañas de difusión virales, la fidelización del cliente a través de promociones, o el uso de las nuevas posibilidades de comunicación digital son solo algunas de las estrategias más efectivas en Parafarmacia. Un sector que ha incrementado su volumen de negocio, gracias en gran parte a su incursión en Internet y a la amplia variedad de productos.

En este sentido, el profesional farmacéutico orientado a este ámbito debe estar al tanto de las últimas tendencias en estrategias de publicidad, sin perder de vista la necesaria planificación económico-financiera para obtener la máxima rentabilidad. Por esta razón, TECH aglutina en este Experto Universitario en Marketing Aplicado a la Parafarmacia, el temario más avanzado e impartido por los mejores expertos en este campo.

Se trata de un programa intensivo, donde el egresado podrá ahondar en los diferentes modelos de negocio existentes en la industria, sus características propias, lo que le permitirá realizar una completa puesta al día. Asimismo, ahondará en las principales acciones de venta, de captación de cliente tanto en espacios físicos como online y en la contabilidad requerida en este tipo de empresas. Todo, además complementado con material didáctico multimedia, lecturas esenciales y casos de estudio a los que acceder en cualquier momento del día, desde un dispositivo electrónico con conexión a internet.

De esta manera, el profesional farmacéutico está ante una excelente oportunidad de estar al tanto de todo lo que rodea al Marketing e integrarlo en su proyecto. Así, sin presencialidad, ni clases con horarios encorsetados, el egresado tendrá la facilidad de poder autogestionar su tiempo de acceso y compatibilizar las responsabilidades diarias con una titulación universitaria de calidad.

Este **Experto Universitario en Marketing Aplicado a la Parafarmacia** 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



Los casos de estudio de esta titulación te permitirán comprobar los casos de éxito de Marketing viral e integrarlos en tu propio proyecto Parafarmacéutico"

“

Ahonda en el mundo de las Parafarmacia privada, franquiciada o en el sector retail, cuando lo desees, desde tu dispositivo digital con conexión a internet”

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.

Obtén con esta titulación los recursos que necesitas para implementar actividades comerciales en espacios de venta de la Parafarmacia.

Un programa que te permitirá perfeccionar tu plan financiero y de tesorería y aplicarlo en proyectos de Parafarmacia.



02 Objetivos

La finalidad de este Experto Universitario es proporcionar al alumnado el conocimiento más actual sobre las acciones de Marketing empleadas para potenciar negocios en Parafarmacia. En este sentido, TECH pone a disposición del egresado un excelente equipo docente con amplia trayectoria en este sector. Además, los casos de estudio le proporcionarán una visión mucho más directa y real sobre las estrategias más efectivas a emplear e integrar en su proyecto empresarial.





“

Estás ante una titulación universitaria que te permitirá implementar con éxito un completo plan de Marketing para tu proyecto de Parafarmacia”



Objetivos generales

- ♦ Ampliar los conocimientos sobre la gestión de Parafarmacia
- ♦ Potenciar las habilidades para la creación y gestión de Parafarmacia online
- ♦ Impulsar el rendimiento del negocio de la Parafarmacia
- ♦ Analizar las estrategias de marketing más efectivas en el sector
- ♦ Incorporar las últimas novedades tecnológicas para puesta en marcha o adaptación de proyectos de Parafarmacia
- ♦ Estar al tanto de todos los tipos de productos comercializables a través de las Parafarmacias
- ♦ Ahondar en el mercado Parafarmacéutico
- ♦ Implementar las acciones de análisis y posicionamiento digital de una Parafarmacia

“

¿Quieres estar al tanto de los planes de venta más eficientes en Parafarmacia? Obtén la máxima rentabilidad gracias al contenido avanzado que te aporta esta titulación”





Objetivos específicos

Módulo 1. *Trade marketing* en la Parafarmacia

- ♦ Profundizar en las principales características del *Trade Marketing*
- ♦ Analizar las nuevas tendencias en los lineales de Parafarmacia
- ♦ Obtener una visión actual sobre los beneficios del *Cashkeeper*
- ♦ Ahondar en el marketing móvil empleado en Parafarmacia

Módulo 2. Rentabilidad de la Parafarmacia

- ♦ Profundizar en los principales términos de contabilidad y finanzas de una Parafarmacia
- ♦ Indicar las estrategias y planes de venta más efectivas en Parafarmacia, así como el diseño de un plan financiero
- ♦ Obtener la información más actual sobre las herramientas empleadas para el estudio de ventas
- ♦ Estar al día de los principales softwares utilizados en Parafarmacia

Módulo 3. Plan de marketing en la Parafarmacia

- ♦ Promover la implantación de acciones orientadas a la comercialización en el espacio de venta de la Parafarmacia
- ♦ Ahondar en las estrategias de producto y precio adecuado en Parafarmacia
- ♦ Indicar las pautas para la creación de campañas de marketing
- ♦ Establecer como incorporar nuevas tecnologías que favorezcan la experiencia de compra del consumidor

03

Dirección del curso

TECH ha reunido a un excelente equipo director y docente del sector farmacéutico y del Marketing y Publicidad. Un profesorado versado que destaca por su excelente trayectoria profesional y su calidad humana. Ambos factores le permitirán al alumnado obtener una exitosa puesta al día sobre las estrategias de comercialización y visibilidad en Parafarmacia de la mano de los mejores expertos. Además, podrá resolver con ellos cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa a lo largo de sus 6 meses de duración.



“

Tienes a tu disposición a auténticos especialistas en Marketing y Parafarmacia con amplio recorrido profesional en ambos sectores”

Dirección



Dña. Forner Puig, María José

- ♦ Farmacéutica Especialista en Productos de Fitoterapia en Laboratorios Arkopharma
- ♦ Responsable formación zona Levante en Laboratorios Arkopharma
- ♦ Farmacéutica adjunta en Farmacia Traver-Martin
- ♦ Máster en Dietética, Nutrición y Coaching Nutricional por Sefhor Sociedad Española de Formación
- ♦ Experto en Nutrición, Dietética y Fitoterapia por la UNED
- ♦ Diplomado en Nutrición Deportiva en el Fútbol por el Barça Innovation Hub Universiti
- ♦ Licenciada en Farmacia por la Universidad de Valencia

Profesores

Dña. Campos García, Silvia

- ♦ Fundadora de Con Principio Activo, tu *farmacoach*
- ♦ Gerente de Hotel en Grupo 3 Galeón
- ♦ Titular de Oficina de Farmacia en Farmacia Silvia Campos
- ♦ Gerente de Centro de Estética en Beauty Sense
- ♦ Licenciada en Farmacia por la Universidad CEU San Pablo

Dña. Dubal, Lorena

- ♦ Gerente en la Farmacia Trébol Guillem de Castro
- ♦ Asesora de Lactancia por Educatra
- ♦ Especializada en Dermofarmacia y Cosmética por la Universidad de Murcia
- ♦ Especialista en Dermoanalizador Multidermascope en Patología al Paciente
- ♦ Graduada en Farmacia



Dña. Sáenz Suárez, Lucía

- ♦ Especialista en Farmacia
- ♦ Coordinadora y responsable de acreditaciones en RICOFSE
- ♦ Farmacéutica Adjunta en Farmacia González García
- ♦ Farmacéutica Adjunta en Farmacia Moreno Menayo
- ♦ Especialista de Producto en Laboratorio Arkopharma
- ♦ Delegada comercial de Dermocosmética en A.G.FARMA
- ♦ Delegada de Ventas de área de Nutrición Infantil para Nestlé
- ♦ Visitador Médico para el Grupo Juste
- ♦ Máster en Administración de Empresas por la Escuela de Organización Industrial
- ♦ Experto Universitario en Nutrición, Dietética y Fitoterapia en Medicina Comunitaria por la UNED
- ♦ Licenciada en Farmacia por la Universidad de Sevilla

“

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

04

Estructura y contenido

El plan de estudios de este Experto Universitario ha sido creado por un claustro especializado en Marketing y Farmacia. Ambas áreas quedan reflejadas en un temario que aporta al profesional farmacéutico las estrategias más recientes empleadas en *Trade Marketing*, las técnicas y herramientas para la elaboración de un plan de Marketing y los procedimientos más efectivos para lograr obtener la máxima rentabilidad en cualquier proyecto de Parafarmacia. Todo, además, complementado por el mejor material didáctico al que tendrá acceso el alumnado las 24 horas del día, los 7 días de la semana.



“

Un temario teórico-práctico complementado por píldoras multimedia, lecturas y numerosos recursos didácticos a los que podrás acceder las 24 horas del día”

Módulo 1. Trade marketing en la Parafarmacia

- 1.1. Trade Marketing: funciones
 - 1.1.1. Definición del Trade Marketing
 - 1.1.2. Funciones del Trade marketing farmacéutico
 - 1.1.3. Principales técnicas Trade marketing
 - 1.1.4. Las 4 P
- 1.2. Lineal de la Parafarmacia
 - 1.2.1. Qué es el lineal de la Parafarmacia
 - 1.2.2. Niveles de exposición
 - 1.2.3. Puntos calientes
 - 1.2.4. Puntos fríos
- 1.3. El mostrador
 - 1.3.1. Consejos para tener un mostrador deslumbrante
 - 1.3.2. Distribución del mostrador
 - 1.3.3. La importancia del mostrador
 - 1.3.4. Colocación mostradora según temporada
- 1.4. El cajón inteligente *Cashkeeper*
 - 1.4.1. Definición
 - 1.4.2. Estructura
 - 1.4.3. Para qué sirve
 - 1.4.4. Beneficios de uso
- 1.5. Escaparate en Parafarmacia
 - 1.5.1. Consejos para tener un escaparate deslumbrante
 - 1.5.2. Distribución del escaparate
 - 1.5.3. La importancia del escaparate
 - 1.5.4. Colocación escaparate según temporada
- 1.6. *Sell in, sell out* en la Parafarmacia
 - 1.6.1. Diferencias entre *Sell In* y *Sell Out*
 - 1.6.2. ¿Qué es el *Sell in*?
 - 1.6.3. ¿Qué es el *Sell out*?
 - 1.6.4. El *Sell in* y el *Sell out* como indicadores del rendimiento



- 1.7. Los proveedores como *partners*
 - 1.7.1. Implicación de los proveedores
 - 1.7.2. *Merchandising*
 - 1.7.3. Tipo de proveedores
 - 1.7.4. Sinergia entre proveedor y Parafarmacia
- 1.8. Marketing móvil en la Parafarmacia
 - 1.8.1. Definición
 - 1.8.2. Estructuras principales
 - 1.8.3. Objetivos
 - 1.8.4. Multidispositivo
- 1.9. Marketing social en la Parafarmacia
 - 1.9.1. Definición
 - 1.9.2. Estructuras principales
 - 1.9.3. Objetivos
 - 1.9.4. Analizar las actitudes, creencias, valores y conductas
- 1.10. Video marketing en la Parafarmacia
 - 1.10.1. Definición
 - 1.10.2. Estructuras principales
 - 1.10.3. Objetivos
 - 1.10.4. Contenido y formato del video

Módulo 2. Rentabilidad de la Parafarmacia

- 2.1. Contabilidad y finanzas de una Parafarmacia
 - 2.1.1. Aspectos básicos de contabilidad
 - 2.1.2. El activo en la contabilidad de la Parafarmacia
 - 2.1.3. El pasivo en la contabilidad de la Parafarmacia
 - 2.1.4. Tipos de IVA. Impuestos
- 2.2. Gestión de compras
 - 2.2.1. Proveedores
 - 2.2.2. Gestión de stock
 - 2.2.3. Productos A.B.C
 - 2.2.4. Tipos de compra en la Parafarmacia
- 2.3. Gestión de ventas
 - 2.3.1. Ventas de la actividad de la farmacia
 - 2.3.2. TPV como herramienta de ventas de la Parafarmacia
 - 2.3.3. Costes y Gastos
 - 2.3.4. Beneficio neto
- 2.4. Margen de una Parafarmacia. PVL, PVF, PVP
 - 2.4.1. Qué es el PVL
 - 2.4.2. Cálculo del PVP
 - 2.4.3. Margen neto, diferencias entre el PVL PVF Y PVP
 - 2.4.4. Cómo mejorar el margen
 - 2.4.5. Amortización de la farmacia
- 2.5. Plan de ventas de una Parafarmacia
 - 2.5.1. Cómo elaborar un plan de ventas
 - 2.5.2. Fidelización de clientes
 - 2.5.3. Planificación de incentivos a la venta
 - 2.5.4. Incentivos al personal para la venta
- 2.6. Herramientas para estudiar las ventas de una Parafarmacia
 - 2.6.1. Experiencia de compra del cliente
 - 2.6.2. *Upselling*
 - 2.6.3. Venta Cruzada
 - 2.6.4. Packs
 - 2.6.5. Técnicas de ofertas para tu Parafarmacia
- 2.7. Principales figuras fiscales en la parafarmacia
 - 2.7.1. Cuál elegir: S.L., C.B. o S.A. o autónomo
 - 2.7.2. Recargo de equivalencia
- 2.8. Tipos de pago
 - 2.8.1. Pagos a proveedores
 - 2.8.2. Aplazamiento de los pagos
- 2.9. Plan financiero
 - 2.9.1. Plan de inversiones
 - 2.9.2. Balance
 - 2.9.3. Presupuesto de caja
 - 2.9.4. Cuenta de pérdidas y ganancias provisional
 - 2.9.5. Plan de tesorería

- 2.10. El margen de beneficio de una Parafarmacia
 - 2.10.1. Negociación con proveedores
 - 2.10.2. Ahorro de costes en compras
 - 2.10.3. Descuentos de proveedores por pronto pago
 - 2.10.4. Aumentando el horario de la Parafarmacia

Módulo 3. Plan de Marketing en la Parafarmacia

- 3.1. Conceptos de Marketing
 - 3.1.1. Introducción al Marketing General
 - 3.1.2. Estrategia de Producto
 - 3.1.3. Estrategia de Precio
 - 3.1.4. Segmentación y Posicionamiento
- 3.2. Objetivo de un plan de Marketing en la Parafarmacia
 - 3.2.1. Promover la implantación de actividades comerciales en el espacio de venta de la Parafarmacia
 - 3.2.2. Incrementar la venta de los productos de la Parafarmacia
 - 3.2.3. Rotación del stock de productos de la Parafarmacia
 - 3.2.4. Potenciar la marca de nuestra Parafarmacia y contrarrestar a la competencia
- 3.3. Campañas de marketing de la Parafarmacia. Tipos
 - 3.3.1. Campaña promocional
 - 3.3.2. Campaña testimonial
 - 3.3.3. Campaña de Marketing en RRSS
 - 3.3.4. Campaña de lanzamiento de producto
- 3.4. Pasos del plan de Marketing
 - 3.4.1. Realizar un análisis externo e interno. A nivel externo es necesario valorar
 - 3.4.2. DAFO
 - 3.4.3. Establecer la estrategia de comunicación y el plan de acción
 - 3.4.4. Planificación del plan de marketing: la campaña
 - 3.4.5. Comunicación al equipo
 - 3.4.6. Evaluación de la campaña





- 3.5. ¿Qué es el marketing viral en la Parafarmacia?
 - 3.5.1. Definición del marketing viral
 - 3.5.2. El boca oreja
 - 3.5.3. Alcance del marketing viral
 - 3.5.4. Ejemplos de marketing viral
- 3.6. La identidad de la Parafarmacia
 - 3.6.1. Tendencia de identidad
 - 3.6.2. Marketing para la identidad
 - 3.6.3. Técnicas de identidad
 - 3.6.4. Conclusiones
- 3.7. Técnicas venta cruzada
 - 3.7.1. Definición
 - 3.7.2. Principales técnicas
 - 3.7.3. Sacar beneficio
 - 3.7.4. Mejores practicas
- 3.8. *Merchandising* de la Parafarmacia
 - 3.8.1. Tipos de Merchandising
 - 3.8.2. Diferentes intereses del *Merchandising*
 - 3.8.3. Proveedor "Imagen de marca"
 - 3.8.4. El consumidor: elección del surtido, atraktividad
- 3.9. Experiencia de compra del consumidor
 - 3.9.1. Tipo de cliente
 - 3.9.2. Personalización
 - 3.9.3. Comunicación con el cliente
 - 3.9.4. Nuevas tecnologías para comunicarnos con el cliente
- 3.10. Análisis de las ventas de la Parafarmacia
 - 3.10.1. Productos más vendidos
 - 3.10.2. Rotación del stock, periodicidad
 - 3.10.3. R.O.I
 - 3.10.4. Productos menos vendidos. Eliminación de stock

06

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.

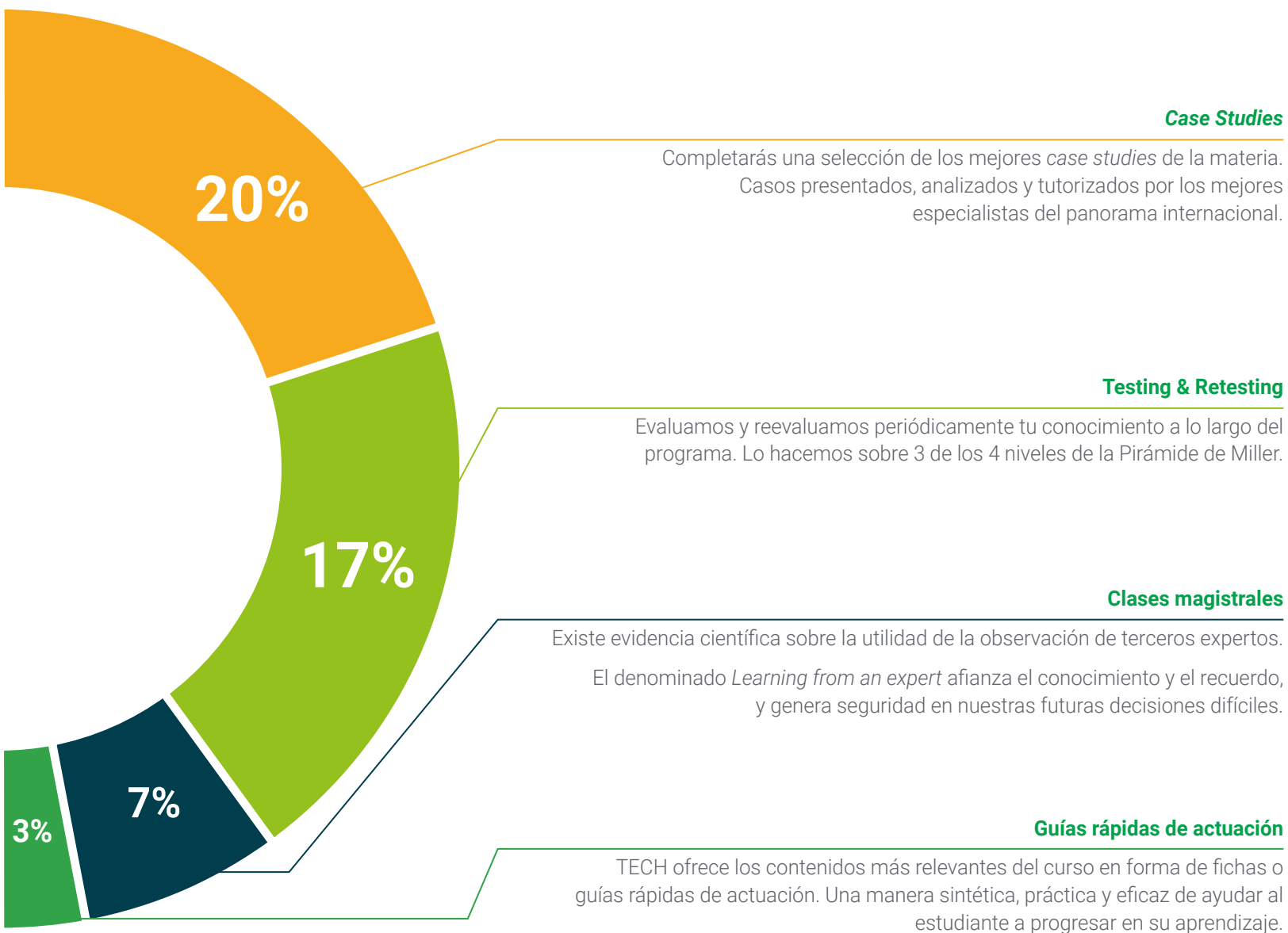
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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 Marketing Aplicado a la Parafarmacia 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 Marketing Aplicado a la Parafarmacia** 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**.

Este 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 Marketing Aplicado a la Parafarmacia**

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
Marketing Aplicado
a la Parafarmacia

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

Experto Universitario

Marketing Aplicado
a la Parafarmacia



tech
universidad