

Maestría

Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech universidad
tecnológica



Maestría

Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

Fecha de RVOE: 10/02/2023

Modalidad: 100% en línea

Duración: 20 meses

Acceso web: www.techtitute.com/mx/farmacia/maestria/maestria-direccion-gestion-oficina-farmacia

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Plan de estudios

pág. 8

03

Objetivos

pág. 22

04

Competencias

pág. 26

05

¿Por qué nuestro programa?

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 34

07

Idiomas gratuitos

pág. 38

08

Metodología

pág. 42

09

Dirección del curso

pág. 50

10

Requisitos de acceso y
proceso de admisión

pág. 54

11

Titulación

pág. 60

01

Presentación

Hoy en día, el sector farmacéutico participa en un intenso debate sobre cómo debe evolucionar el modelo de oficina de farmacia en la sociedad actual, poniendo el foco en su diferenciación y posicionamiento. No en vano, la atención del profesional farmacéutico ha sido siempre uno de los pilares de soporte para la población general, motivo por el que es aún más importante aprovechar este título. Con él, se brindará al alumno una actualización en las herramientas de gestión y dirección necesarias para que desarrolle su actividad con solvencia, profundizando en la optimización de los procesos de compra o en la planificación económica-financiera. Así, el estudiante tendrá todo cuanto precisa para destacar en esta área acompañado de un gran equipo docente.





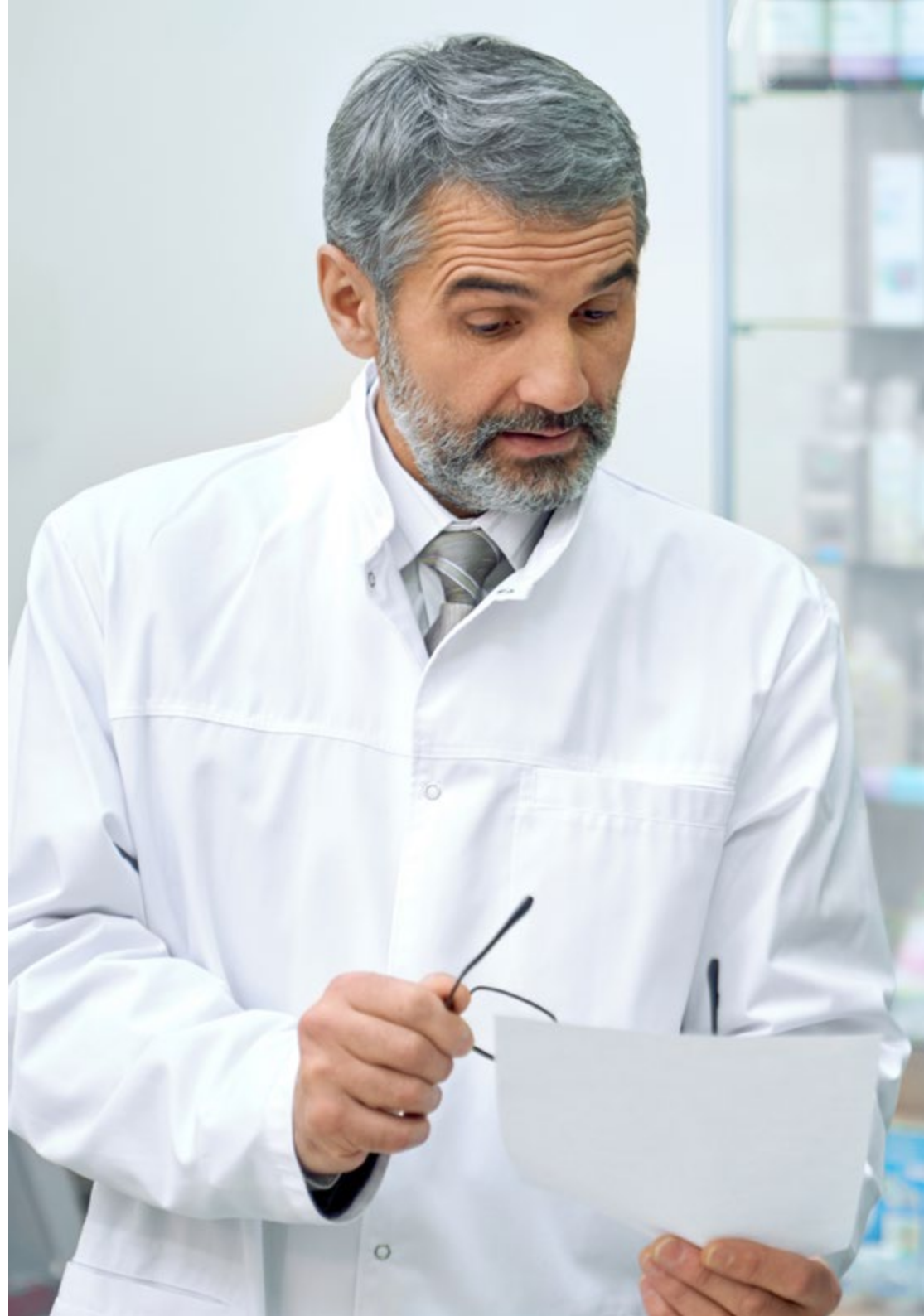
“

Una Maestría fundamental si lo que quieres es profundizar en la gestión óptima de una oficina de farmacia”

La dirección y gestión de un centro farmacéutico es un proceso complejo que implica múltiples aspectos esenciales para garantizar la seguridad y la calidad en la atención sanitaria brindada a los pacientes. En este sentido, la gestión de los recursos materiales es relevante en aras de velar por el suministro de los medicamentos necesarios para la sociedad. Además, la correcta planificación financiera se postula como otro aspecto clave, permitiendo disponer de un presupuesto adecuado y un sistema de contabilidad eficaz. Esto también desemboca en una gestión de costes eficiente que facilite mantener la rentabilidad y la sostenibilidad del centro.

Es por ello que la presente Maestría otorga un gran valor al farmacéutico, ofreciéndole actualizarse en elementos clave sobre los que gira su actividad. Así, a través de este programa contará con el potencial para posicionar una oficina de farmacia en el panorama empresarial de manera estable y competitiva. Esto lo logrará realizando un completo recorrido por los fundamentos de la administración de estos centros, además de analizando su entorno o las mejores estrategias para la gestión de Recursos Humanos. Del mismo modo, con el título examinará las herramientas que le permitirá optimizar los procesos de compra y logística, centrándose también en el Marketing Farmacéutico para conseguir mayor visibilidad.

Estos y otros elementos, como las ventas y la comunicación en la oficina de farmacia, supondrán un impulso a la carrera del alumno. De hecho, se trata de una fantástica ocasión para dar el siguiente paso en su trayectoria de una manera 100% online. En esta línea, lo único que le requiere TECH es una conexión a Internet y un dispositivo electrónico. Con estos dos sencillos requisitos, contará con todo cuanto necesita para dominar con solvencia esta materia a través de un extenso catálogo de recursos digitales en el Campus Virtual.





TECH brinda la oportunidad de obtener la Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia en un formato 100% en línea, con titulación directa y un programa diseñado para aprovechar cada tarea en la adquisición de competencias para desempeñar un papel relevante en la empresa. Pero, además, con este programa, el estudiante tendrá acceso al estudio de idiomas extranjeros y formación continuada de modo que pueda potenciar su etapa de estudio y logre una ventaja competitiva con los egresados de otras universidades menos orientadas al mercado laboral.

Un camino creado para conseguir un cambio positivo a nivel profesional, relacionándose con los mejores y formando parte de la nueva generación de futuros gerentes de farmacia capaces de desarrollar su labor en cualquier lugar del mundo.

“*Desarrollarás todas las competencias necesarias que te permitirán dominar con maestría la gestión de equipos y la comunicación con los empleados*”

02

Plan de estudios

El compendio de avanzados conocimientos que contiene el plan de estudios de la Maestría dará la oportunidad al farmacéutico de reforzar su puesta al día en la materia. Para ello, y mediante el equipo docente, TECH ha dispuesto un enfoque global en los contenidos, con temas versátiles que facilitarán al alumno interiorizar las lecciones. Y todo esto mientras profundiza en herramientas de liderazgo y dirección en este sector.



“

Este completo temario abarca la comunicación interna y su impacto en la farmacia para que su gestión te permita mejores resultados”

La naturaleza online de la Maestría otorga la batuta al estudiante para que sea él el que decida cómo gestionar sus propios plazos académicos. En este sentido, las últimas tecnologías que la universidad pone a su disposición a lo largo de su experiencia académica jugarán a su favor para que el ciclo educativo vaya mucho más allá de la memorización.

En este sentido, TECH promueve a nivel internacional la metodología práctica del *Relearning*. Esta consiste en la reiteración sucesiva de los conceptos en diferentes recursos, tales como resúmenes interactivos, procedimientos de dirección de farmacias en vídeo, lecturas complementarias, casos prácticos... Así, la combinación de todos estos formatos incrementará el rendimiento académico del alumno, facilitándole dominar cada tema en menor tiempo.



TECH pone a tu disposición el mejor material didáctico para que te desenvuelvas con habilidad negociando con los proveedores”

Módulo 1

La gestión responsable de la oficina de farmacia

Módulo 2

Gestión económica-financiera de la oficina de farmacia

Módulo 3

Dirección y gestión de los recursos humanos en la oficina de farmacia

Módulo 4

Optimización de los procesos de compra y logística de la oficina de farmacia

Módulo 5

La gestión del cliente

Módulo 6

Mercadotecnia farmacéutica

Módulo 7

Ventas en la oficina de farmacia

Módulo 8

Comunicación en la oficina de farmacia

Módulo 9

Gestión de los servicios profesionales de la oficina de farmacia

Módulo 10

Gestión de la calidad en la oficina de farmacia



Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría se ofrece 100% en línea, por lo que alumno podrá cursarla desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su smartphone.

Además, podrá acceder a los contenidos tanto *online* como *offline*. Para hacerlo *offline* bastará con descargarse los contenidos de los temas elegidos, en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a internet.

El alumno podrá cursar la Maestría a través de sus 10 módulos, de forma autodirigida y asincrónica. Adaptamos el formato y la metodología para aprovechar al máximo el tiempo y lograr un aprendizaje a medida de las necesidades del alumno.

“

Accede las 24 horas del día a este temario con tu ordenador o dispositivo móvil. ¡Matricúlate ahora y relanza tu carrera como farmacéutico!”

Módulo 1. La gestión responsable de la oficina de farmacia

- 1.1. El papel de la farmacia comunitaria
 - 1.1.1. Ámbito de actuación del farmacéutico comunitario
 - 1.1.2. Misión de la organización
 - 1.1.3. Formación continua
- 1.2. Análisis del Entorno de la Farmacia Comunitaria
 - 1.2.1. Análisis de la comunidad entre farmacéutico comunitario
 - 1.2.2. El mercado
 - 1.2.3. Concepto y limitaciones
- 1.3. La promoción de la salud desde la farmacia comunitaria
 - 1.3.1. La promoción y prevención de la enfermedad
 - 1.3.2. Qué se puede proporcionar desde una farmacia comunitaria
 - 1.3.3. Intervenciones de farmacia comunitaria para la promoción de la salud
- 1.4. Implantación de las buenas prácticas en la farmacia comunitaria
 - 1.4.1. Definición de Buenas Prácticas en farmacia
 - 1.4.2. Legislación farmacéutica en México
 - 1.4.3. Misión del farmacéutico comunitario
 - 1.4.4. Funciones, tareas y actividades de las buenas prácticas en farmacia
- 1.5. Uso racional de medicamentos en las oficinas de farmacia
 - 1.5.1. Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios
 - 1.5.2. Legislación Mexicana y su clasificación con los medicamentos
 - 1.5.3. Uso racional de medicamentos. Buenas prácticas de prescripción. Boletín de Consulta de Información de Medicamentos (CIM) 2018-2 Ciudad de México
- 1.6. Formación e información para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios
 - 1.6.1. Cómo se regulan los medicamentos y productos sanitarios
 - 1.6.2. Recomendaciones sobre el uso de los medicamentos
 - 1.6.3. La dispensación como herramienta para lograr el uso adecuado de los medicamentos en atención primaria

- 1.7. El Secreto profesional. Fundamento moral del secreto. Farmacéutico y secreto profesional
 - 1.7.1. El farmacéutico y el secreto profesional
 - 1.7.2. Análisis del secreto profesional en el ámbito de la sanidad
 - 1.7.3. Intimidad, confidencialidad y secreto profesional
- 1.8. Concepto y funciones de los códigos deontológicos
 - 1.8.1. ¿Qué es el código deontológico?
 - 1.8.2. Ejercicio responsable de las competencias profesionales
 - 1.8.3. Competencia desleal
- 1.9. Responsabilidad social corporativa aplicada a la oficina de farmacia
 - 1.9.1. La responsabilidad social en la industria farmacéutica
 - 1.9.2. Código de ética y transparencia de la industria farmacéutica
 - 1.9.3. Respeto al medio ambiente y gestión de residuos
- 1.10. Organización de la oficina de farmacia
 - 1.10.1. Organización y gestión de la oficina de farmacia
 - 1.10.2. Gestión de la estructura interna de la oficina de farmacia
 - 1.10.3. Equipos de trabajo en la oficina de farmacia

Módulo 2. Gestión económica-financiera de la oficina de farmacia

- 2.1. Cálculo de costes
 - 2.1.1. Coste/Beneficio
 - 2.1.2. Coste/Utilidad
 - 2.1.3. Coste/Productividad
- 2.2. Bases contables
 - 2.2.1. Gestión económica
 - 2.2.2. El balance
 - 2.2.3. La cuenta de resultados
 - 2.2.4. Tipos de contabilidad
 - 2.2.5. Gestión financiera
 - 2.2.6. Ingreso, cobros, gastos y pagos

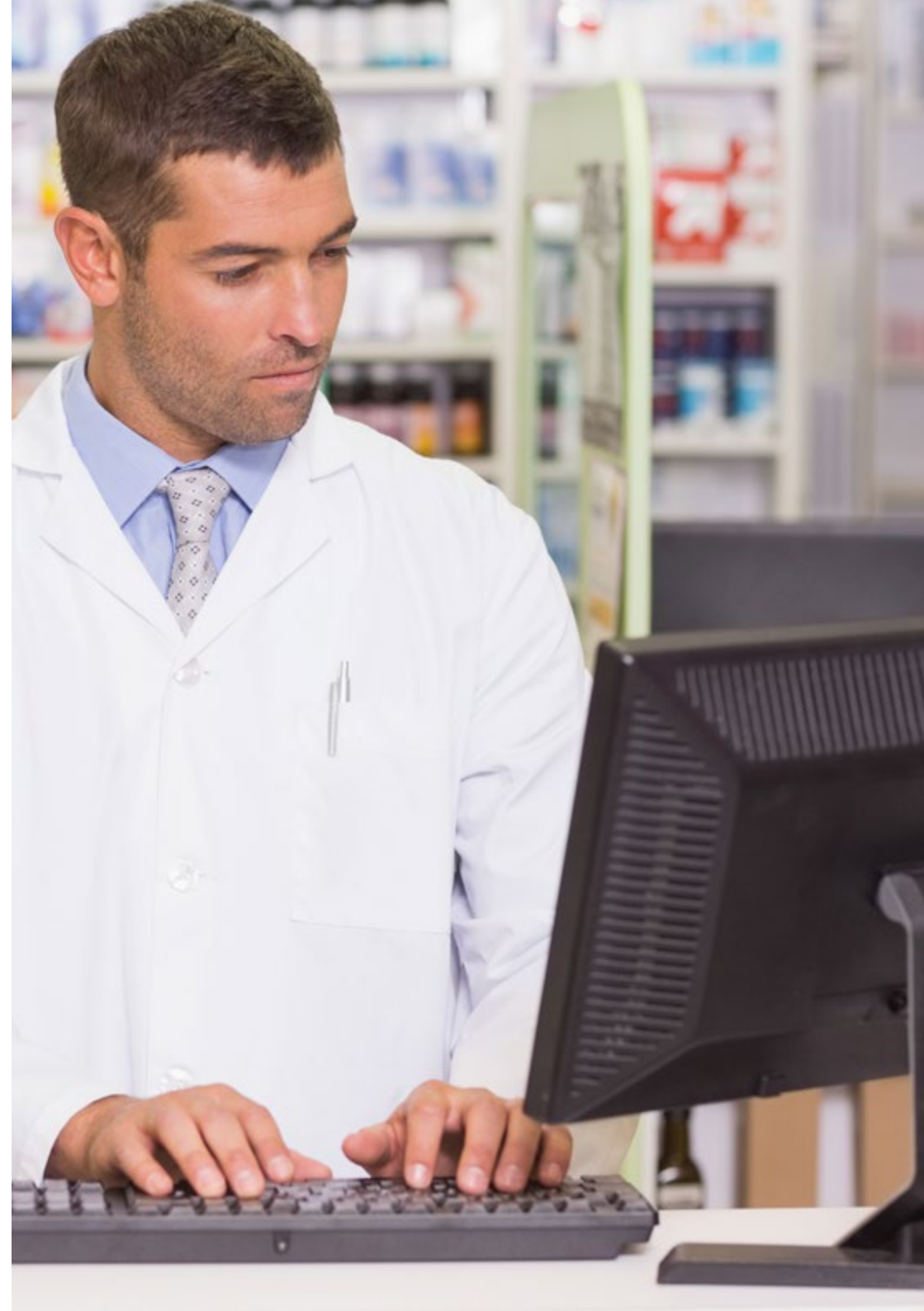
- 2.3. Presupuesto y contabilidad
 - 2.3.1. Bases generales de la contabilidad
 - 2.3.2. ¿Qué es un presupuesto? Tipos de presupuesto y de gestión financiera
 - 2.3.3. Presupuesto retrospectivo de ingresos y gastos
 - 2.3.4. Presupuesto prospectivo público por capítulos
 - 2.3.5. Legislación pública sobre presupuestos
- 2.4. Compras, contratación y suministros
 - 2.4.1. Gestión de compras. Comisiones de compras y adquisición de bienes
 - 2.4.2. Sistemas de aprovisionamiento integrado. Centralización de compras
 - 2.4.3. Gestión de la contratación de servicios públicos
 - 2.4.4. Contratación en el sector privado
 - 2.4.5. Logística de los suministros
- 2.5. Modelos de financiación
 - 2.5.1. Financiación en base a presupuesto histórico y actividad
 - 2.5.2. Financiación capitativa
 - 2.5.3. Incentivos a los profesionales en función de la financiación.
 - 2.5.4. La reforma financiera en salud
- 2.6. Acuerdos y contratos de gestión clínica y económica
 - 2.6.1. Acuerdos de gestión. Definición y modelos
 - 2.6.2. Evolución y evaluación de un acuerdo de gestión
 - 2.6.3. Contratos en gestión
- 2.7. Fundamentos de la administración de la farmacia
 - 2.7.1. Conceptos
 - 2.7.2. Qué es la administración
 - 2.7.3. Importancias de la administración
- 2.8. Procesos administrativos en la farmacia
 - 2.8.1. Funciones administrativas en la farmacia
 - 2.8.2. Funciones principales de la administración en la farmacia
 - 2.8.3. La importancia de la administración en salud

- 2.9. Análisis de ratios financieros y económicos en la farmacia
 - 2.9.1. Gestión, beneficios y rentabilidad
 - 2.9.2. Análisis de ratios en la oficina de farmacia
 - 2.9.3. Ratios de gestión financiera y económicos en la farmacia
- 2.10. Gestión de inventarios
 - 2.10.1. ¿Qué es la gestión de inventarios?
 - 2.10.2. Control y gestión de inventarios
 - 2.10.3. Servicio de inventario. Administración de activo fijo

Módulo 3. Dirección y gestión de los recursos humanos en la oficina de farmacia

- 3.1. Modelos de organizaciones
 - 3.1.1. Estructura y organigramas
 - 3.1.2. Estructura funcional
 - 3.1.3. Estructura lineal
 - 3.1.4. Estructura divisional
 - 3.1.5. Estructura por proyecto
- 3.2. El equipo como motor. Perfil del titular y colaboradores
 - 3.2.1. ¿Qué es el equipo motor?
 - 3.2.2. Características
 - 3.2.3. Ventajas
- 3.3. Selección y entrevista de personal
 - 3.3.1. Planeación
 - 3.3.2. Reclutamiento
 - 3.3.3. Selección
- 3.4. Familiares en la farmacia
 - 3.4.1. Planificar la sucesión familiar de la farmacia
 - 3.4.2. ¿Quién puede ser farmacéutico de familia?
 - 3.4.3. ¿Qué pacientes pueden escoger un farmacéutico de familia?
 - 3.4.4. ¿Qué hace un farmacéutico de familia?

- 3.5. Definición de la misión. Grupos de interés o partes interesadas
 - 3.5.1. ¿Qué son los grupos de interés?
 - 3.5.2. ¿Qué son las partes interesadas y cómo impactan a la oficina de farmacia?
 - 3.5.3. Aplicación de la teoría de los grupos de interés
- 3.6. Interdependencias y el liderazgo
 - 3.6.1. La interdependencia entre el liderazgo, colaboradores y cultura
 - 3.6.2. Liderazgo de independencia a interdependencia
 - 3.6.3. La interdependencia hace más fuerte al líder
- 3.7. Modelo de gestión y desarrollo de personas por identificación con la misión
 - 3.7.1. Modelo de gestión por competencias
 - 3.7.2. Modelo de gestión de personas
 - 3.7.3. El enfoque por competencias y sus aportes en la gestión de recursos humanos
- 3.8. Motivación: formación y desarrollo profesional, retribución
 - 3.8.1. Motivación y retribución
 - 3.8.2. Formación, motivación, retribución y selección del profesional
 - 3.8.3. Retribución flexible
- 3.9. Prevención de riesgos laborales
 - 3.9.1. ¿Qué es la prevención de riesgos laborales?
 - 3.9.2. La importancia de la prevención de riesgos laborales
 - 3.9.3. ¿Cómo cumplir con la prevención de riesgos laborales?
- 3.10. Organización y comunicación interna
 - 3.10.1. La comunicación interna y su impacto organizacional para lograr resultados
 - 3.10.2. ¿Cómo se clasifica la comunicación interna?
 - 3.10.3. ¿Cómo mejorar la comunicación interna y extrna?



Módulo 4. Optimización de los procesos de compra y logística de la oficina de farmacia

- 4.1. Los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento
 - 4.1.1. ¿Qué es un operador logístico?
 - 4.1.2. ¿Cuántos tipos de operadores logísticos existen y qué aportan en las empresas?
 - 4.1.3. ¿Qué tipos de servicios ofrece un operador logístico?
- 4.2. La compra
 - 4.2.1. Agentes que intervienen en un proceso de compra
 - 4.2.2. Tipos de compra dependiendo del consumidos
 - 4.2.3. Tipos de compra dependiendo del pago
- 4.3. Gestión y Negociación de proveedores
 - 4.3.1. El poder de negociación de los proveedores
 - 4.3.2. Gestión de proveedores
 - 4.3.3. La clave de una buena negociación con los proveedores
- 4.4. La cadena de distribución.
 - 4.4.1. La distribución como agente activo en la cadena de valor de medicamentos y productos farmacéuticos
 - 4.4.2. El futuro de la gestión de la cadena de distribución
 - 4.4.3. Cadena de suministro farmacéutica
- 4.5. El surtido de productos
 - 4.5.1. Cómo seleccionar los productos y servicios que debe tener la farmacia
 - 4.5.2. Tipos de producto en la farmacia
 - 4.5.3. Gestión de compras
- 4.6. La gestión del surtido
 - 4.6.1. Gestión de surtido en el punto de venta
 - 4.6.2. Gestión del surtido: claves para una explosión de productos
 - 4.6.3. Gestión del surtido de la farmacia desde las necesidades terapéuticas

- 4.7. Gestión de compras
 - 4.7.1. Las funciones de la gestión de compras
 - 4.7.2. Gestión de compras: actividades, conductas, tipos y el proceso de compra
 - 4.7.3. La gestión de compras en el área logística
- 4.8. Gestión de la existencia
 - 4.8.1. La gestión de existencia: su importancia, tipos, clasificación, evaluación y control
 - 4.8.2. Gestión de existencia: revisión y control inventario
 - 4.8.3. Gestión de existencias e inventarios
- 4.9. Los productos
 - 4.9.1. Productos farmacéuticos y su clasificación en el sector salud
 - 4.9.2. Clasificación de los productos de farmacéuticos
 - 4.9.3. ¿Cómo seleccionar los productos farmacéuticos?
- 4.10. Promoción y lanzamiento de novedades
 - 4.10.1. Campañas de lanzamiento de producto
 - 4.10.2. Lanzamiento de producto
 - 4.10.3. ¿Cómo promocionar el lanzamiento en internet?

Módulo 5. La gestión del cliente

- 5.1. La farmacia como un espacio para la gestión de la salud
 - 5.1.1. Organización y gestión en salud
 - 5.1.2. Importancia del desarrollo de servicios cliente/paciente
 - 5.1.3. El farmacéutico y la salud pública
- 5.2. La comunicación para el abordaje del binomio cliente/paciente
 - 5.2.1. La comunicación con los pacientes
 - 5.2.2. La comunicación del farmacéutico con el médico y paciente
 - 5.2.3. Herramientas para una mejor comunicación cliente/paciente
- 5.3. Segmentación de clientes
 - 5.3.1. Qué es la segmentación de clientes
 - 5.3.2. Tipos de segmentación de clientes
 - 5.3.3. Segmentación de clientes aplicaciones prácticas

- 5.4. Fundamentos del comportamiento
 - 5.4.1. Comportamiento individual y organizacional
 - 5.4.2. Actitudes y congruencia
 - 5.4.3. Compromiso organizacional
 - 5.4.4. Inteligencia emocional
 - 5.4.5. Condicionamiento operante
- 5.5. Psicología y comportamiento del consumidor
 - 5.5.1. Comportamiento del consumidor: aportaciones de la psicología
 - 5.5.2. ¿Cómo influye la psicología en el comportamiento del consumidor?
 - 5.5.3. Modelos de la psicología del consumidor
- 5.6. Responsabilidad profesional, motor de la gestión
 - 5.6.1. La responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica
 - 5.6.2. Gestión la responsabilidad penal de las farmacias
 - 5.6.3. Responsabilidad profesional del farmacéutico
- 5.7. Cliente habitual y nuevo cliente
 - 5.7.1. Tipos de clientes
 - 5.7.2. ¿Cómo clasificar y segmentar a los clientes?
 - 5.7.3. ¿Qué es un cliente potencial y cómo convertirlo en cliente real?
- 5.8. Programas de fidelización de clientes
 - 5.8.1. ¿Qué son los programas de fidelización?
 - 5.8.2. Programa de fidelización y retención de clientes
 - 5.8.3. Plataforma de fidelización de clientes
- 5.9. Atención al cliente
 - 5.9.1. Servicio al cliente: qué es y cómo mejorarlo
 - 5.9.2. Servicio al cliente: estrategia y tendencias
 - 5.9.3. Servicio al cliente: elementos e importancia
- 5.10. Manejo de conflictos y estrés
 - 5.10.1. Técnicas de resolución de problemas para el manejo de estrés
 - 5.10.2. El estrés y el conflicto en las organizaciones
 - 5.10.3. Manejo de conflictos laborales

Módulo 6. Mercadotecnia farmacéutica

- 6.1. Fundamentos de mercadotecnia
 - 6.1.1. Mercado
 - 6.1.2. Cliente y sus necesidades
 - 6.1.3. Producto
 - 6.1.4. Estrategia de mercadotecnia
 - 6.1.5. Fundamentos de la mercadotecnia digital
- 6.2. La mercadotecnia farmacéutica y relacional
 - 6.2.1. La mercadotecnia relacional en la industria farmacéutica
 - 6.2.2. Cómo aportar valor al paciente: mercadotecnia relacional en la farmacia
 - 6.2.3. Plan de mercadotecnia relacional para la farmacia en salud
- 6.3. Mercados. Posicionamiento
 - 6.3.1. Qué es el posicionamiento del mercado
 - 6.3.2. Estrategias de posicionamiento del mercado
 - 6.3.3. Segmentación y posicionamiento del mercado
- 6.4. Investigación de mercados en la oficina de farmacia
 - 6.4.1. Utilidad de los estudios de mercado en el sector farmacéutico
 - 6.4.2. La investigación de mercado en la industria Farmacéutica
 - 6.4.3. La función comercial en la oficina de farmacia
- 6.5. Comercialización farmacéutica: ofertas y comunicación
 - 6.5.1. Comunicación estratégica y mercadotecnia farmacéutica
 - 6.5.2. Plan de negocios para la comercialización de un producto farmacéutico
 - 6.5.3. El futuro de la comercialización digital farmacéutica
- 6.6. Publicidad y Promoción
 - 6.6.1. Diferencia entre publicidad y promoción
 - 6.6.2. Estrategias de publicidad
 - 6.6.3. Estrategias de promoción
- 6.7. Digitalización de la farmacia: del 1.0 al 3.0
 - 6.7.1. La digitalización que las farmacias demandan
 - 6.7.2. Digitalización, el gran reto de las farmacias
 - 6.7.3. La digitalización clave para el futuro de las farmacias

- 6.8. Mercadotecnia Estratégica
 - 6.8.1. Concepto
 - 6.8.2. Funciones
 - 6.8.3. Beneficios
- 6.9. Micromercadotecnia
 - 6.9.1. Micromercadotecnia y geomercadotecnia
 - 6.9.2. Niveles de la micromercadotecnia
 - 6.9.3. Cómo se utiliza la micromercadotecnia
- 6.10. Mercadotecnia de contenidos
 - 6.10.1. Socia
 - 6.10.2. En línea
 - 6.10.3. Impresos
 - 6.10.4. Multimedia

Módulo 7. Ventas en la oficina de farmacia

- 7.1. Psicología y técnicas de venta
 - 7.1.1. Concepto
 - 7.1.2. Técnicas psicológicas de venta
 - 7.1.3. Técnicas de venta en farmacia
- 7.2. Ciclo de ventas
 - 7.2.1. ¿Qué es el ciclo de venta y la aceleración del ciclo de venta?
 - 7.2.2. Etapas del ciclo de ventas
 - 7.2.3. Fases del ciclo de ventas
- 7.3. Previsión de ventas
 - 7.3.1. ¿Qué es la previsión de venta?
 - 7.3.2. Cómo realizar una previsión de ventas
 - 7.3.3. Beneficios de la previsión de ventas
- 7.4. Políticas de fijación de precio
 - 7.4.1. Políticas de precios
 - 7.4.2. Estrategias y políticas en la fijación de precios
 - 7.4.3. Políticas para la fijación de precios de venta

- 7.5. Tipologías de productos
 - 7.5.1. Clasificación de productos
 - 7.5.2. Características de productos
 - 7.5.3. Tipos de producto
- 7.6. Orientación a la rentabilidad de los productos
 - 7.6.1. Análisis de rentabilidad en el mercado
 - 7.6.2. La orientación al mercado y sus efectos en los resultados
 - 7.6.3. La orientación al mercado: evolución y medición
- 7.7. Tipologías de compras y clientes
 - 7.7.1. Tipos de compras para cada cliente
 - 7.7.2. El comportamiento del consumidor y los tipos de compra
 - 7.7.3. Tipos de compra
- 7.8. Venta cruzada y venta aumentada
 - 7.8.1. Venta cruzada: el arte de incrementar las ventas
 - 7.8.2. Ventas aumentadas
 - 7.8.3. Producto complementario y producto de mejora u optimización
- 7.9. Situaciones comprometidas
 - 7.9.1. Administración de la fuerza de ventas
 - 7.9.2. El vendedor actual y los métodos de ventas
 - 7.9.3. Estrategias
- 7.10. Administración del comercio electrónico digital
 - 7.10.1. El comercio electrónico
 - 7.10.2. Del comercio electrónico a la administración electrónica
 - 7.10.3. Administración electrónica y comercio electrónicos

Módulo 8. Comunicación en la oficina de farmacia

- 8.1. Características de la comunicación
 - 8.1.1. Habilidades comunicativas
 - 8.1.2. El médico como comunicador
 - 8.1.3. Comunicación estratégica en las empresas de salud
 - 8.1.4. Pauta publicitaria de salud en los medios masivos: responsabilidad compartida

- 8.2. Concepto y valor de la comunicación interna
 - 8.2.1. Concepto
 - 8.2.2. Tipos
 - 8.2.3. Objetivos
- 8.3. Comunicación con empleados
 - 8.3.1. Comunicación ámbito laboral
 - 8.3.2. Principios básicos de la comunicación
 - 8.3.3. Asesoramiento a los empleados
- 8.4. Gestión de conflictos
 - 8.4.1. Cómo resolverlos adecuadamente
 - 8.4.2. Técnicas de gestión de conflictos
 - 8.4.3. Manual de gestión y resolución de conflictos
- 8.5. Liderazgo y gestión de equipos
 - 8.5.1. La gestión de equipos de trabajo y liderazgo
 - 8.5.2. Técnicas de gestión de equipos y liderazgo
 - 8.5.3. Habilidades para el liderazgo de equipos
- 8.6. Comunicación con el cliente
 - 8.6.1. Claves de una comunicación efectiva con el cliente
 - 8.6.2. La comunicación con los clientes
 - 8.6.3. Comunicación con el cliente: la importancia del cómo, cuándo y qué
- 8.7. La imagen de la oficina de farmacia
 - 8.7.1. Imagen de la oficina de farmacia como comercio
 - 8.7.2. Construir la imagen corporativa de la farmacia
 - 8.7.3. Imagen corporativa de la farmacia: elementos clave
- 8.8. Soportes técnicos de comunicación
 - 8.8.1. Soporte técnico presencial
 - 8.8.2. Técnicas de comunicación con los medios
 - 8.8.3. Herramientas del soporte técnico de comunicación

- 8.9. Estrategias para actuar en las redes sociales
 - 8.9.1. Estrategias de mercado
 - 8.9.2. Planificación y publicación
 - 8.9.3. Gestión de crisis en redes sociales
- 8.10. Mercadotecnia digital para captar y fidelizar clientes.
 - 8.10.1. Estrategias para fidelizar clientes con mercadotecnia digital
 - 8.10.2. Estrategias para captar y fidelizar clientes
 - 8.10.3. Cómo fidelizar a los clientes de una tienda en línea

Módulo 9. Gestión de los servicios profesionales de la oficina de farmacia

- 9.1. Habilidades directivas
 - 9.1.1. Manejo de conflicto y estrés
 - 9.1.2. Control organizacional
 - 9.1.3. Modelo de control correctivo
- 9.2. Servicios que se pueden desarrollar en la farmacia
 - 9.2.1. Clasificación de servicios
 - 9.2.2. Definición de los servicios básicos, complementarios y colaborativos del farmacéutico
 - 9.2.3. Cartera de servicios en farmacia
 - 9.2.4. Servicios en la oficina de farmacia
- 9.3. Selección e implementación de servicios
 - 9.3.1. Servicios de selección
 - 9.3.2. Selección e implantación de un sistema de gestión de servicios
 - 9.3.3. Etapas de implementación para soluciones de servicio
- 9.4. Requerimientos para el desarrollo de los servicios
 - 9.4.1. Contexto
 - 9.4.2. Conocimiento
 - 9.4.3. Interés
 - 9.4.4. Espacio
 - 9.4.5. Recursos

- 9.5. Oferta y seguimiento de los servicios
 - 9.5.1. La importancia del seguimiento comercial
 - 9.5.2. La importancia del desarrollo de servicios para la farmacia
 - 9.5.3. Servicio de seguimiento farmacoterapéutico en farmacia
- 9.6. Gestión económica de los servicios
 - 9.6.1. La gestión económica y de servicios
 - 9.6.2. Eficacia y eficiencia de la gestión económica de servicios
 - 9.6.3. Claves para optimizar la gestión económica y financiera
- 9.7. Control como actividad de gestión
 - 9.7.1. Tipos y fuentes de control
 - 9.7.2. La función de control en las organizaciones
 - 9.7.3. Control burocrático
- 9.8. Generalidades de la acreditación en farmacia
 - 9.8.1. Definición
 - 9.8.2. Tipos de acreditación
 - 9.8.3. Procesos generales
- 9.9. Componentes a evaluar
 - 9.9.1. Laboratorio clínico
 - 9.9.2. Esterilización
 - 9.9.3. Farmacia
- 9.10. El sistema Nacional Farmacéutico
 - 9.10.1. Marco Jurídico del Sector Farmacéutico
 - 9.10.2. Reformas en farmacia y equipamiento
 - 9.10.3. Fomento Sanitario
 - 9.10.4. Jerarquía Normativa en farmacia
 - 9.10.5. Ley Federal del procedimiento administrativo
 - 9.10.6. Ley Federal del trabajo

Módulo 10. Gestión de la calidad en la oficina de farmacia

- 10.1. La calidad
 - 10.1.1. Norma del Sistema de Gestión de la Calidad ISO-9001
 - 10.1.2. Calidad en la oficina de farmacia
 - 10.1.3. Información de calidad de farmacia
- 10.2. Calidad en el campo de salud
 - 10.2.1. Evolución del pensamiento sanitario
 - 10.2.2. Evolución del modelo industrial
 - 10.2.3. Servicios de salud como empresas
- 10.3. Certificaciones de calidad de la oficina de farmacia
 - 10.3.1. Norma del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 y protocolos de actuación
 - 10.3.2. Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001
 - 10.3.3. Procesos de certificación
- 10.4. Gestión Estratégica y de Calidad Total (TQM)
 - 10.4.1. Objetivo de la gestión estratégica y de calidad (TQM)
 - 10.4.2. Modelo de gestión de calidad total en la estrategia corporativa
 - 10.4.3. Calidad Total (TQM) y mejora continua
- 10.5. Puntos de control e Indicadores de mejora
 - 10.5.1. Control e indicadores de gestión para el desarrollo empresarial
 - 10.5.2. Control y mejora continua de procesos
 - 10.5.3. Los indicadores clave para la mejora de procesos
- 10.6. Identificación de nichos estratégicos y ventajas competitivas
 - 10.6.1. Mercados de nichos
 - 10.6.2. Estrategias de nichos
 - 10.6.3. Beneficios de nichos

- 10.7. Cuadro de mandos
 - 10.7.1. ¿Qué es y para qué sirve un cuadro de mandos?
 - 10.7.2. Cuadro de mando integral
 - 10.7.3. Cuadro de mando de una empresa
- 10.8. Gestión orientada a la efectividad, eficiencia y productividad en la oficina de farmacia
 - 10.8.1. Transcendencia de la gestión de calidad en la oficina de farmacia
 - 10.8.2. Guías de práctica en la oficina de farmacia
 - 10.8.3. Indicadores de evaluación
- 10.9. Pensamiento sistémico
 - 10.9.1. Significado del pensamiento sistémico
 - 10.9.2. Pensamiento sistémico a nivel personal
 - 10.9.3. Pensamiento sistémico organizacional
- 10.10. Planificación y gestión estratégica
 - 10.10.1. ¿Qué es y para qué sirve?
 - 10.10.2. Planificación estratégica
 - 10.10.3. Gestión estratégica





“

*Con este plan de estudios
incorporarás a tus estrategias
herramientas de seguimiento
farmacoterapéutico en la farmacia”*

03

Objetivos

Esta Maestría está diseñada para proporcionar al farmacéutico las últimas herramientas en esta materia, que impulsarán su liderazgo y optimizarán su gestión de oficinas de farmacia. Esto redundará en un perfeccionamiento de sus metodologías de trabajo y toma de decisiones en lo concerniente al centro, permitiéndole una planificación eficaz de los elementos clave. Todo esto y más en únicamente 10 módulos, los cuales ofrecerán la visión más actualizada e integral existente en el mercado sobre esta área.





“

Alcanzarás todas tus metas profesionales y personales gracias a tu manejo de la Psicología del consumidor y la identificación de clientes potenciales”



Objetivos generales

- ♦ Adquirir los conocimientos y técnicas imprescindibles para la asunción y organización de las responsabilidades organizativas de una oficina de farmacia
- ♦ Aprender sobre gestión responsable
- ♦ Saber cómo llevar el área financiera de la farmacia
- ♦ Saber cómo gestionar todos los aspectos de los RRHH
- ♦ Aprender sobre el cliente/paciente en todos sus aspectos
- ♦ Analizar los procesos de compra y las maneras más eficientes de logística
- ♦ Saber llevar todos los aspectos de los RRHH
- ♦ Analizar los procesos de marketing
- ♦ Estudiar la gestión de ventas
- ♦ Aprender sobre comunicación externa e interna
- ♦ Aprender sobre gestión de servicios en la oficina de farmacia
- ♦ Conocer todo lo necesario sobre control de calidad, normas y certificaciones



Objetivos específicos

Módulo 1. La gestión responsable de la oficina de farmacia

- ♦ Aprender sobre el papel de la farmacia comunitaria, estudiando técnicas de promoción de la salud, así como la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios
- ♦ Analizar la responsabilidad social corporativa aplicada a la oficina de farmacia

Módulo 2. Gestión económica-financiera de la oficina de farmacia

- ♦ Estudiar los fundamentos de la administración de la farmacia
- ♦ Usar los ratios financieros y económicos, con la finalidad de ser capaz de realizar una gestión de inventarios

Módulo 3. Dirección y gestión de los recursos humanos en la oficina de farmacia

- ♦ Describir los modelos de organizaciones, así como los recursos humanos en farmacia, estudiando la organización y comunicación interna, al mismo tiempo que la prevención de riesgos laborales
- ♦ Realizar una selección y entrevista de personal eficiente

Módulo 4. Optimización de los procesos de compra y logística de la oficina de farmacia

- ♦ Examinar los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento, gestionando los proveedores, así como todos los procesos previos y posteriores a la compra de productos
- ♦ Saber las maneras de promocionar y lanzar novedades en venta

Módulo 5. La gestión del cliente

- ♦ Diferenciar la segmentación de clientes, así como la psicología del consumidor
- ♦ Examinar la comunicación con el cliente y el manejo de estrés y conflictos laborales, y así efectuar programas de fidelización

Módulo 6. Mercadotecnia farmacéutica

- ♦ Analizar los fundamentos de mercadotecnia farmacéutica relacional, estudiando sobre la investigación de mercados en la oficina de farmacia, así como la comercialización de farmacéuticos, su publicidad y promoción
- ♦ Comprender cuáles son los procesos de digitalización de la farmacia, la mercadotecnia estratégica y la micromercadotecnia

Módulo 7. Ventas en la oficina de farmacia

- ♦ Emplear las técnicas psicológicas de venta, reconociendo sus etapas y los beneficios de la previsión de ventas, así como las estrategias y políticas en la fijación de precios
- ♦ Ser capaz de incrementar las ventas y administrar el comercio electrónico digital

Módulo 8. Comunicación en la oficina de farmacia

- ♦ Analizar lo relativo a comunicación interna y la gestión de conflictos, examinando la importancia de la imagen de la oficina de farmacia, así como los soportes técnicos de comunicación
- ♦ Incorporar estrategias para comunicarse con el cliente y actuar en las redes sociales

Módulo 9. Gestión de los servicios profesionales de la oficina de farmacia

- ♦ Examinar las habilidades directivas y la clasificación de servicios, identificando los que se pueden desarrollar en la farmacia
- ♦ Reconocer cómo realizar la selección e implementación de servicios y los requerimientos que tienen

Módulo 10. Gestión de la calidad en la oficina de farmacia

- ♦ Analizar las certificaciones de calidad de la oficina de farmacia, valorando la Gestión Estratégica y de Calidad Total
- ♦ Saber cuáles son los puntos de control e indicadores de mejora para así obtener ventajas competitivas



Alcanza tus objetivos y metas profesionales gracias a las competencias que adquirirás egresándote de esta Maestría 100% online”

04

Competencias

Esta Maestría nace con la finalidad de proporcionar al alumno una especialización de alta calidad. Así, tras superar con éxito esta exclusiva titulación, el egresado habrá desarrollado las habilidades y destrezas necesarias para desempeñar un trabajo de primer nivel. Asimismo, obtendrá una visión innovadora y multidisciplinar de su campo laboral. Por ello, este vanguardista programa de TECH representa una oportunidad sin parangón para todo aquel profesional que quiera destacar en su sector y convertirse en un experto.

Te damos +



“

Esta Maestría marcará la diferencia para que implementes en la farmacia un sistema de gestión de calidad sumamente avanzado”



Competencias generales

- ♦ Actuar con capacidad de análisis y diagnóstico de problemas
- ♦ Dominar herramientas de gestión empresarial avanzada
- ♦ Dotar de una visión global y estratégica todas las áreas operativas de la empresa
- ♦ Realizar la gestión económica y financiera
- ♦ Administrar los RRHH
- ♦ Optimizar la intendencia y la logística
- ♦ Gestionar la relación con el paciente/cliente
- ♦ Manejar las técnicas de venta más novedosas
- ♦ Establecer estrategias de comunicación
- ♦ Diseñar e implementar servicios para ofrecer desde la oficina de farmacia
- ♦ Implementar un sistema de gestión de calidad
- ♦ Asumir responsabilidades y pensar de forma transversal e integradora para analizar y resolver situaciones en entornos de incertidumbre





“

Actualiza tus competencias con la metodología teórico-práctica más eficiente del panorama académico actual, el Relearning de TECH”

05

¿Por qué nuestro programa?

Obtener una alta preparación con TECH supone un espaldarazo al bagaje y carrera profesional del alumno. No en vano, la universidad le abre las puertas a un extensísimo abanico de conocimientos actuales de carácter multidisciplinar, pues el estudiante también deberá manejar con soltura aspectos relacionados con la gestión económica y empresarial. Asimismo, apostar por esta institución conlleva establecer un estrecho contacto con eminencias de esta área que el alumnado podrá tomar como referencias.





“

Este programa de TECH te abrirá un mundo de posibilidades gracias a innovaciones educativas, especialistas de renombre y los conocimientos más actuales. ¡Inscríbete ya!”

01

Orientación 100% laboral

Con esta Maestría, el estudiante tendrá acceso a los materiales didácticos más avanzados del mercado. Todos ellos, además, concebidos con un enfoque eminentemente profesionalizante, es decir, que permiten al alumno comenzar a trabajar como gerente de oficinas de farmacias inmediatamente después de su titulación. Es todo un lujo que, solo estudiando en TECH, es posible.

02

La mejor institución

Matricularse en TECH Universidad Tecnológica supone una apuesta de éxito a futuro, que garantiza al estudiante una estabilidad profesional y personal. Gracias a los mejores contenidos académicos, un formato 100% en línea y al profesorado de esta Maestría, el alumno se asegura la mejor preparación de alto nivel del mercado. Y todo ello desde casa y sin renunciar a su actividad en farmacia.

03

Titulación directa

No hará falta que el estudiante haga una tesina, ni examen final, ni nada más para poder egresar y obtener su título. En TECH, el alumno tendrá una vía directa de titulación.

04

Los mejores recursos pedagógicos 100% en línea

TECH Universidad Tecnológica pone al alcance de los estudiantes de esta Maestría la última metodología educativa en línea, basada en una tecnología internacional de vanguardia, que permite estudiar sin tener que asistir a clase, y sin renunciar a adquirir ninguna competencia indispensable en la dirección y gestión de farmacias.

05

Educación adaptada al mundo real

TECH Universidad Tecnológica muestra al alumno las últimas tendencias, avances y claves para llevar a cabo las estrategias más óptimas de cara a la planificación de los recursos y la gestión de una oficina de farmacia. En esta línea, la orientación del título le facilitará alcanzar cualquier objetivo que se proponga en esta área, perfeccionando sus herramientas para desenvolverse en un entorno cambiante.

06

Aprender idiomas y obtener su certificado oficial

TECH da la posibilidad, además de obtener la certificación oficial de Inglés en el nivel B2, de seleccionar de forma optativa hasta otros 6 idiomas en los que, si el alumno desea, podrá certificarse. .



07

Potenciación de habilidades directivas

TECH es consciente de que para dirigir con diligencia una farmacia hace falta mucho más que dominar la Farmacología. Por eso, con esta Maestría el alumno perfeccionará sus habilidades de liderazgo y gestión a partir de un recorrido completo por todas y cada una de las áreas a las que tendrá que hacer frente en su desarrollo profesional: desde la administración y las finanzas hasta los Recursos Humanos.

08

Una alta preparación de garantías

En TECH Universidad Tecnológica, el profesional adquirirá una visión global de la mejor atención posible que se puede prestar en la farmacia. A su vez, actualizará sus planes de planificación de los procesos de compra, gestión de finanzas o implementación de servicios profesionales varios. Sin duda, una alta preparación sumamente integral que le será de gran valor en su carrera.

09

Formar parte de una comunidad exclusiva

Inscribiéndose en esta Maestría de TECH, el docente tendrá acceso a una comunidad de profesionales de élite, grandes instituciones farmacéuticas y profesores altamente cualificados en Farmacología o gestión empresarial.

06

Salidas profesionales

El egresado de esta Maestría presentará altas habilidades en todos los aspectos que implican la gestión eficaz de una oficina de farmacia, maximizando sus beneficios y, a su vez, el bienestar de los empleados. Por ello, las competencias adquiridas le permitirán analizar con precisión experta cualquier problemática del sector, proponiendo estrategias adaptadas que posicionen a su centro como una referencia.

Upgrading...





“

Te convertirás en un gerente de farmacia que maximizará los beneficios del centro mientras aseguras el bienestar de tus empleados”

Perfil profesional

Una vez finalizada la titulación, el egresado comprobará cómo esta alta preparación ha incrementado su bagaje profesional y opciones de empleabilidad. En este sentido, podrá desenvolverse en la gerencia de una oficina de farmacia, dirigiéndola de manera eficiente y efectiva mientras garantiza una atención de gran calidad a los clientes. Del mismo modo, tendrá la ocasión de trabajar como consultor del sector farmacéutico. Para ello, asesorará a empresas farmacéuticas, hospitales, clínicas y oficinas de farmacia en cuestiones de gestión, finanzas, Marketing y estrategia empresarial.

Por otra parte, el abanico de competencias con el que ampliará sus destrezas también le brinda la ocasión de trabajar en la gestión de la cadena de suministro farmacéutico, asegurando la disponibilidad y distribución de los medicamentos en el mercado. Asimismo, los últimos conocimientos en gestión de la calidad y seguridad sobre los que habrá profundizado en la Maestría pueden ser aplicados en el sector. En este sentido, el profesional se asegurará del cumplimiento de las normas y regulaciones específicas y de la seguridad de los consumidores.

Perfil investigativo

El egresado de esta titulación puede desarrollar un perfil investigativo versátil susceptible de centrarse en varias líneas. Algunas de ellas son el análisis de la evolución del mercado farmacéutico, el estudio de la eficiencia y rentabilidad de la oficina de farmacia y de la satisfacción del cliente o la investigación en seguridad y calidad en la atención farmacéutica.





Perfil ocupacional y campo de acción

Tras alcanzar con éxito los objetivos propuestos por el título, el egresado habrá incrementado su capacidad de planificar, dirigir, gestionar y mejorar los procesos de la oficina de farmacia, analizando diferentes escenarios y respondiendo siempre de manera eficiente.

De este modo, el egresado de TECH en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia estará preparado para desarrollarse en alguno de los siguientes puestos de trabajo:

- ♦ Director de una empresa farmacéutica
- ♦ Gerente de oficina de farmacia
- ♦ Consultor farmacéutico
- ♦ Responsable de la cadena de suministro farmacéutico
- ♦ Inspector de calidad y seguridad del sector farmacéutico
- ♦ Director de innovación en una empresa farmacéutica

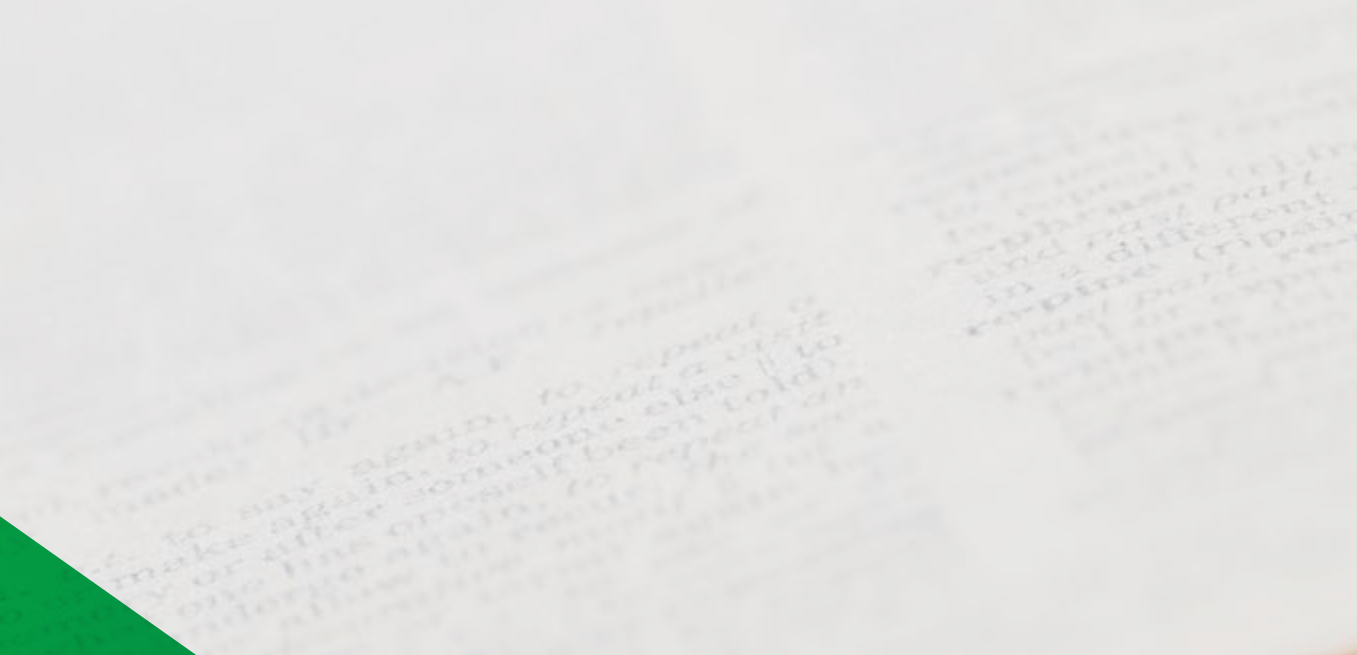


Estás a un solo paso de ser el potencial director de grandes empresas farmacéuticas o de convertirte en uno de los consultores más confiables del sector”

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias en la Maestría, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.





“

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría de forma ilimitada y gratuita”

En el mundo competitivo de hoy, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un certificado oficial que acredite y reconozca nuestra competencia en aquellos que dominemos. De hecho, ya son muchos las escuelas, las universidades y las empresas que sólo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un certificado oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que poseemos.

TECH ofrece los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje online, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de prepararte para los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.



Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Maestría"





“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1,A2, B1, B2, C1 y C2”



TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas, y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la maestría, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Podrá presentarse a un único examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto en evaluación lingüística. Si supera el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación única de cualquier idioma, están incluidas en la maestría



08

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

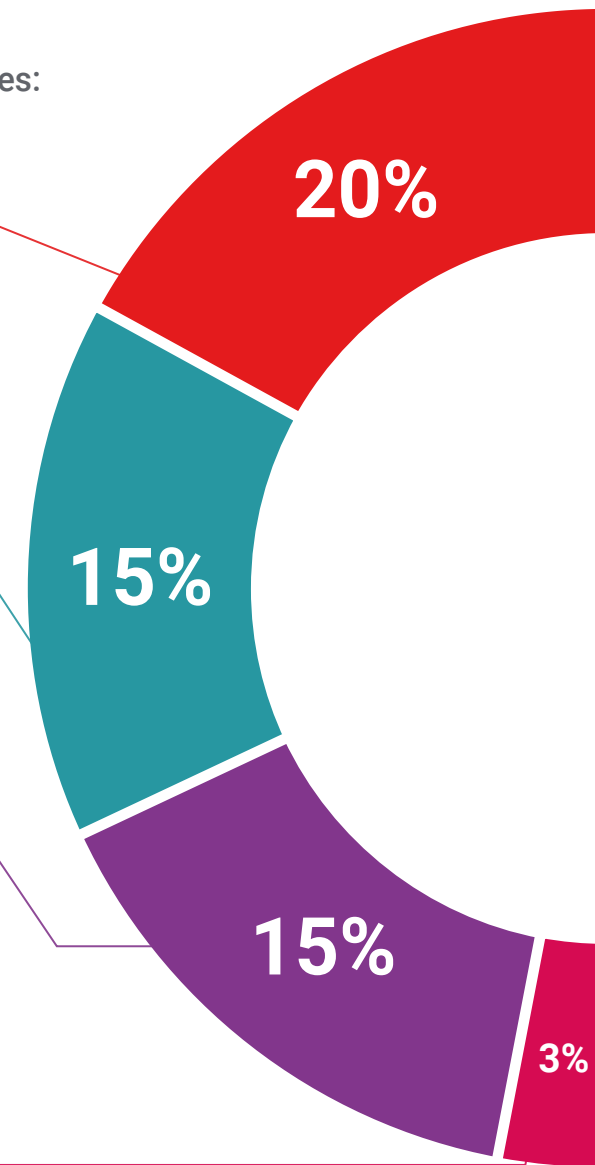
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

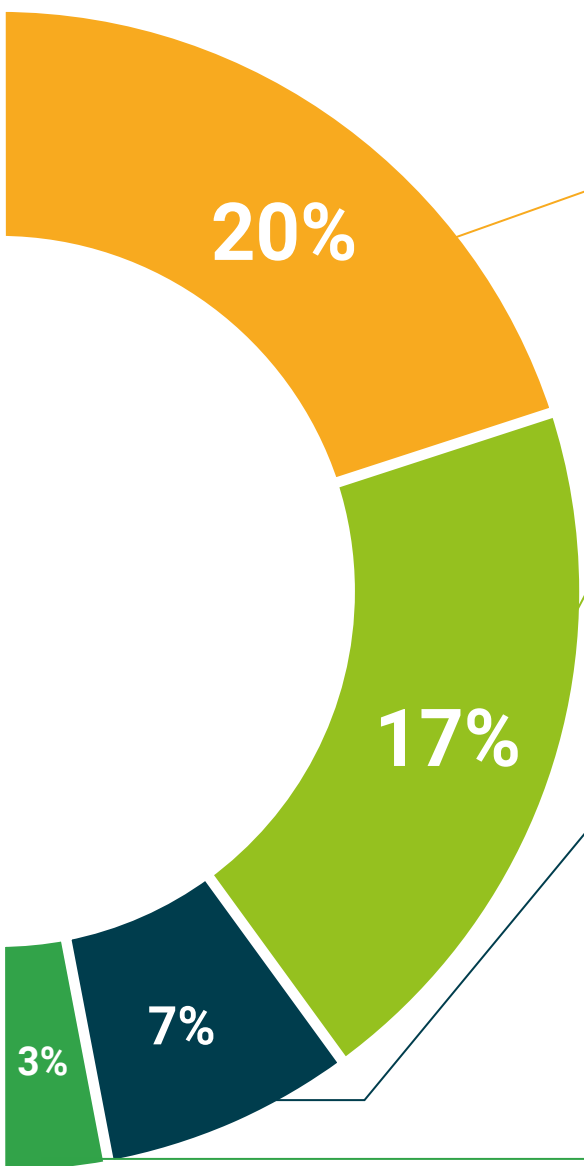
Este sistema educativo exclusivo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



09

Dirección del curso

Una de las mayores garantías de TECH con esta Maestría se encuentra en su potente profesorado. En esta línea, la universidad ha apostado por prestigiosos expertos que se han posicionado como referencias en áreas como la Nutrición Clínica y que son autores de importantes libros. Gracias a su experiencia en la gestión óptima de oficinas de farmacia, aportarán valiosas claves al alumnado que luego podrán aplicar en su carrera.





“

Expertos farmacéuticos de extensa experiencia en el sector público y privado estarán a tu completa disposición durante la Maestría”

Dirección



Dña. Aunió Lavarías, María Eugenia

- ♦ Farmacéutica y experta en Nutrición Clínica
- ♦ Autora del libro referente en el campo de la Nutrición Clínica "Gestión Dietética del Sobrepeso en la Oficina de Farmacia". (Editorial Médica Panamericana)
- ♦ Farmacéutica con amplia experiencia en el sector público y privado
- ♦ Farmacéutica titular Farmacia Valencia
- ♦ Asistente de Farmacia en la cadena de farmacias y minoristas de salud y belleza británica Boots, UK
- ♦ Licenciada en Farmacia y Ciencia y Tecnología de los alimentos. Universidad de Valencia.
Dirección del Curso Universitario "Dermocosmética en la Oficina de Farmacia"



10

Requisitos de acceso y proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de las universidades en línea en todo el país. Podrás comenzar la Maestría sin trámites ni demoras: empieza a preparar la documentación y entrégala más adelante, sin premuras. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos, para ti, sean sencillos y no te ocasionen retrasos, ni incomodidades.





“

Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país”

Requisitos de acceso

Para poder acceder a los estudios de Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia es necesario haber concluido una Licenciatura en Farmacia, Ciencias Farmacéuticas, Químico Farmacéutico Biólogo, Químico Farmacéutico Biotecnólogo, Químico Farmacobiólogo, Químico Farmacéutico Industrial, Química Farmacéutica, Bioquímico Clínico, Químico Clínico, Bioquímica Diagnóstica, Químico Biólogo Clínico, Químico Clínico Biólogo, Químico Biólogo Parasitólogo, Químico Biólogo y Parasitólogo, Ingeniería en Farmacéutico y Farmacobiólogo. En caso de que el alumno no cuente con un título en el área mencionada, deberá acreditar documentalmente que cuenta con un mínimo de 2 años de experiencia en el área. Puede consultar requisitos establecidos en el Reglamento de TECH.

Proceso de admisión

Para TECH es del todo fundamental que, en el inicio de la relación académica, el alumno esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, hemos creado un protocolo más sencillo en el que podrás concentrarte, desde el primer momento en tu capacitación, contando con un plazo mucho mayor de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

De esta manera, podrás incorporarte al curso tranquilamente. Algún tiempo más tarde, te informaremos del momento en el que podrás ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy sencilla, cómoda y rápida. Sólo deberás cargarlos y enviarlos, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Una vez que llegue el momento podrás contar con nuestro soporte, si te hace falta

Todos los documentos que nos facilites deberán ser rigurosamente ciertos y estar en vigor en el momento en que los envías.



En cada caso, los documentos que debes tener listos para cargar en el campus virtual son:

Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- ♦ Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Licenciatura legalizado
- ♦ Copia digitalizada del título legalizado

En caso de haber estudiado la licenciatura fuera de México, consulta con tu asesor académico. Se requerirá documentación adicional en casos especiales, como inscripciones a la maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

Es del todo necesario que atestigües que todos los documentos que nos facilitas son verdaderos y mantienen su vigencia en el momento en que los envías.

Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

Deberán subir al Campus Virtual, escaneados con calidad suficiente para su lectura, los siguientes documentos:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno: acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento, acta de adopción, Cédula de Identificación Personal o Documento Nacional de Identidad, Pasaporte, Certificado Consular o, en su caso, Documento que demuestre el estado de refugiado
- ♦ Copia digitalizada del Título, Diploma o Grado Académico oficiales de Licenciatura que ampare los estudios realizados en el extranjero
- ♦ Copia digitalizada del Certificado de Estudios de Licenciatura. En el que aparezcan las asignaturas con las calificaciones de los estudios cursados, que describan las unidades de aprendizaje, periodos en que se cursaron y calificaciones obtenidas

Se requerirá documentación adicional en casos especiales como inscripciones a maestría como opción de titulación o que no cuenten con el perfil académico que el plan de estudios requiera. Tendrás un máximo de 2 meses para cargar todos estos documentos en el campus virtual.

11

Titulación

Este programa te permite alcanzar la titulación de Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia obteniendo un título universitario válido por la Secretaría de Educación Pública, y si gustas, la Cédula Profesional de la Dirección General de Profesiones.



“

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

Este programa te permite alcanzar el grado de **Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia**, obteniendo un reconocimiento universitario oficial válido tanto en tu país como de modo internacional.

Los títulos de la Universidad TECH están reconocidos por la Secretaría de Educación Pública (SEP). Este plan de estudios se encuentra incorporado al Sistema Educativo Nacional, con fecha 10 FEBRERO de 2023 y número de acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE): 20230363.

Puedes consultar la validez de este programa en el acuerdo de Registro de Validez Oficial de Estudios: **RVOE Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia**

Para más información sobre qué es el RVOE puedes consultar [aquí](#).



Titulación: **Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia**

Nº de RVOE: **20230363**

Fecha de RVOE: **10/02/2023**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

Para recibir el presente título no será necesario realizar ningún trámite. TECH Universidad realizará todas las gestiones oportunas ante las diferentes administraciones públicas en su nombre, para hacerle llegar a su domicilio*:

- ♦ Título de la Maestría
- ♦ Certificado total de estudios
- ♦ Cédula Profesional

Si requiere que cualquiera de estos documentos le lleguen apostillados a su domicilio, póngase en contacto con su asesor académico.

TECH Universidad se hará cargo de todos los trámites.



*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.



Maestría
Dirección y Gestión de
la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

Fecha de RVOE: 10/02/2023

Modalidad: 100% en línea

Duración: 20 meses

Maestría

Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech universidad
tecnológica