

Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia

Aval/Membresía



tech global
university



Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/farmacia/master/master-mba-direccion-gestion-oficina-farmacia

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 18

05

Metodología de estudio

pág. 24

06

Cuadro docentes

pág. 34

07

Titulación

pág. 56

01

Presentación del programa

Los farmacéuticos se enfrentan cada día a nuevos retos en la gestión de las Oficinas de Farmacia, entre los que destaca la necesidad de una capacitación constante en dirección y gestión. En este sentido, un reciente estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud revela que más del 70% de las Farmacias que implementan estrategias de gestión adecuadas logran mejorar su rendimiento y presencia en el mercado. Frente a esta realidad, los profesionales tienen la responsabilidad de actualizar sus conocimientos en gestión para asegurar el éxito de su Farmacia en un entorno competitivo. Con el objetivo de facilitarles esta tarea, TECH presenta un innovador programa universitario 100% online, el cual ofrecerá un plan de estudios completamente actualizado.



“

*Un programa exhaustivo y 100% online,
exclusivo de TECH y con una perspectiva
internacional respaldada por nuestra afiliación
con Business Graduates Association”*

La Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. De hecho, en la actualidad, el aumento en la demanda de Farmacias en el sector público ha impulsado el auge de profesionales que cuenten con los conocimientos necesarios para desempeñar estos cargos administrativos y de gestión de gran importancia.

En este contexto, este Máster Título Propio MBA Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia ofrecerá una capacitación integral centrada en el ejercicio profesional responsable. Diseñado por expertos en la materia, este programa universitario profundizará en el concepto y las funciones de los códigos deontológicos, que son fundamentales para un ejercicio ético y legal de la profesión. En sintonía con esto, el temario abordará la importancia de una correcta organización de la Oficina de Farmacia y la forma de prevenir la competencia desleal.

De este modo, los egresados desarrollarán competencias clave para gestionar Oficinas de Farmacia de manera eficiente y ética. Gracias a esto, optimizarán la calidad del servicio ofrecido y fortalecerán su posicionamiento en el mercado.

Por otro lado, la metodología TECH se distingue por su formato 100% online, accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet. A través del innovador método Relearning, los contenidos se revisan y refuerzan de forma continua, lo que facilitará la consolidación del conocimiento. Por último, se contará con prestigiosos Directores Invitados Internacionales quienes impartirán 10 *Masterclasses*, las cuales ofrecerán perspectivas exclusivas y de alto nivel en áreas clave del ámbito académico y profesional.

Asimismo, gracias a que TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, el alumno podrá acceder a recursos exclusivos y actualizados que fortalecerán su formación continua y su desarrollo profesional, así como descuentos en eventos profesionales que facilitarán el contacto con expertos del sector. Además, podrá ampliar su red profesional, conectando con especialistas de distintas regiones, favoreciendo el intercambio de conocimientos y nuevas oportunidades laborales.

Este **MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia** 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 están concebidos 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 en la Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia
- ♦ 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



Destacados Directores Invitados Internacionales ofrecerán exclusivas Masterclasses relacionadas con las últimas tendencias en Dirección y Gestión de Oficinas de Farmacia"

“

La amplia variedad de recursos prácticos de este programa universitario te permitirá consolidar tus conocimientos en los fundamentos del Digital E-Commerce Management”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Farmacia, que vierten en este programa 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 contextualizado, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Gracias a la metodología Relearning, fortalecerás tu capacidad en la toma de decisiones en momentos críticos.

Con TECH, identificarás puntos de control clave, optimizando el rendimiento de tu Oficina de Farmacia.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.



Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

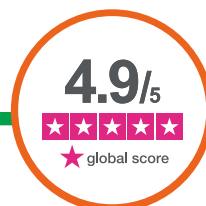
Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

Este programa ofrecerá un análisis detallado de los principios fundamentales para una gestión eficiente de inventarios, permitiendo una optimización del control y la rotación de productos. Asimismo, se profundizará en la selección y organización del surtido de productos, asegurando que la oferta esté alineada con las necesidades reales de los pacientes. Además, los profesionales dominarán las herramientas esenciales para garantizar el uso racional de medicamentos, promoviendo su correcta aplicación en la práctica diaria y fomentando una atención farmacéutica más efectiva y segura.





“

¿Listo para liderar el cambio en la Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia? TECH te ofrecerá acceso a contenidos exclusivos, metodología flexible y aprendizaje colaborativo. ¡Anímate a transformar tu futuro profesional!”

Módulo 1. La gestión responsable de la Oficina de Farmacia

- 1.1. El papel de la Farmacia comunitaria. Ámbito de actuación del farmacéutico comunitario
Misión de la organización
- 1.2. Análisis del Entorno de la Farmacia comunitaria
- 1.3. La promoción de la salud desde la Farmacia comunitaria
- 1.4. Implantación de las buenas prácticas en la Farmacia comunitaria
- 1.5. Uso racional de medicamentos en las Oficinas de Farmacia
- 1.6. Formación e información para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios
- 1.7. El Secreto profesional. Fundamento moral del secreto, farmacéutico y secreto profesional
- 1.8. Concepto y funciones de los códigos deontológicos. Ejercicio responsable de las competencias profesionales. Competencia desleal
- 1.9. Responsabilidad social corporativa aplicada a la Oficina de Farmacia. Respeto al medio ambiente y gestión de residuos
- 1.10. Organización de la Oficina de Farmacia

Módulo 2. Gestión Económica - Financiera de la Oficina de Farmacia

- 2.1. Fundamentos de la administración de la Farmacia
- 2.2. Procesos administrativos en la Farmacia
- 2.3. Análisis de ratios financieros y Económicos en la Farmacia
- 2.4. Gestión de Inventarios

Módulo 3. Dirección y gestión de los RR.HH. en la Oficina de Farmacia

- 3.1. Modelos de organizaciones. Estructura y organigramas
- 3.2. El Equipo como Motor. Perfil del titular y colaboradores
- 3.3. Selección y entrevista de personal
- 3.4. Familiares en la Farmacia
- 3.5. Definición de la Misión. Grupos de interés o *Stakeholders*
- 3.6. Interdependencias y el liderazgo
- 3.7. Modelo de Gestión y Desarrollo de personas por identificación con la Misión
- 3.8. Motivación: formación y desarrollo profesional, retribución
- 3.9. Prevención de riesgos laborales
- 3.10. Organización y comunicación interna

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
- 4.2. La Compra
- 4.3. Gestión y negociación de proveedores
- 4.4. La Cadena de distribución
- 4.5. El surtido de productos
- 4.6. La Gestión del surtido
- 4.7. Gestión de compras
- 4.8. Gestión del stock
- 4.9. Los productos
- 4.10. Promoción y Lanzamiento de novedades

Módulo 5. La gestión del cliente/paciente

- 5.1. La Farmacia como un espacio para la gestión de la salud
- 5.2. La Comunicación para el abordaje del Binomio cliente/paciente
- 5.3. Segmentación de clientes
- 5.4. Psicología y Comportamiento del consumidor
- 5.5. Responsabilidad profesional, motor de la gestión
- 5.6. Cliente habitual y nuevo cliente
- 5.7. Programas de fidelización de clientes
- 5.8. Atención al cliente

Módulo 6. Marketing farmacéutico

- 6.1. Fundamentos de Marketing
- 6.2. El Marketing farmacéutico y relacional
- 6.3. Mercados. Posicionamiento
- 6.4. Investigación de mercados en la oficina de Farmacia
- 6.5. *Merchandising* farmacéutico: ofertas y comunicación
- 6.6. Publicidad y promoción
- 6.7. Digitalización de la Farmacia: del 1.0. al 3.0.
- 6.8. Marketing estratégico
- 6.9. Micromarketing

Módulo 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

- 7.1. Psicología y técnicas de venta
- 7.2. Ciclo de ventas
- 7.3. Previsión de ventas
- 7.4. Políticas de fijación de precio
- 7.5. Tipologías de productos
- 7.6. Orientación a la rentabilidad de los productos
- 7.7. Tipologías de compras y clientes
- 7.8. Venta Cruzada y venta aumentada
- 7.9. Situaciones comprometidas
- 7.10. *Digital E-Commerce Management*

Módulo 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

- 8.1. Concepto y Valor de la comunicación interna
- 8.2. Comunicación con empleados
- 8.3. Gestión de conflictos
- 8.4. Liderazgo y gestión de equipos
- 8.5. Comunicación con el cliente
- 8.6. La imagen de la Oficina de Farmacia
- 8.7. Soportes Técnicos de comunicación
- 8.8. Estrategias para actuar en las redes sociales
- 8.9. Marketing Digital para captar y fidelizar clientes

Módulo 9. Gestión de los servicios profesionales de la Oficina de Farmacia

- 9.1. Servicios que se pueden desarrollar en la Farmacia
- 9.2. Selección e implementación de servicios
- 9.3. Requerimientos para el desarrollo de los servicios
- 9.4. Oferta y seguimiento de los servicios
- 9.5. Gestión Económica de los servicios

Módulo 10. Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia

- 10.1. La calidad
- 10.2. Certificaciones de calidad de la Oficina de Farmacia
- 10.3. Gestión Estratégica y de calidad total (TQM)
- 10.4. Puntos de control e Indicadores de mejora
- 10.5. Identificación de nichos estratégicos y ventajas competitivas
- 10.6. Cuadro de mandos

Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- 11.1. Globalización y gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y gobierno corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del gobierno corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del gobierno corporativo
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.2.3. Gestión de la diversidad
- 11.3. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.3.1. Concepto de desarrollo directivo
 - 11.3.2. Concepto de liderazgo
 - 11.3.3. Teorías del liderazgo
 - 11.3.4. Estilos de liderazgo
 - 11.3.5. La Inteligencia en el liderazgo
 - 11.3.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.4. Ética Empresarial
 - 11.4.1. Ética y moral
 - 11.4.2. Ética empresarial
 - 11.4.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.5. Sostenibilidad
 - 11.5.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Las empresas sostenibles

- 11.6. Sistemas y herramientas de gestión responsable
 - 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.6.3. Pasos para la implantación de un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Corporativa
 - 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC
- 11.7. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.8. Entorno legal y Corporate Governance
 - 11.8.1. Normas internacionales de Importación y exportación
 - 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.8.3. Derecho internacional del trabajo

Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- 12.1. Dirección estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección estratégica y recursos humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de Recursos Humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La Gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.4.1. Los Equipos de alto desempeño: Los equipos autogestionados
 - 12.4.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.5. Gestión del cambio
 - 12.5.1. Gestión del cambio
 - 12.5.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.5.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.6. Negociación y gestión de conflictos

- 12.6.1. Negociación
- 12.6.2. Gestión de conflictos
- 12.6.3. Gestión de crisis
- 12.7. Comunicación directiva
 - 12.7.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.7.2. Departamentos de comunicación
 - 12.7.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom
- 12.8. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.8.1. La Productividad
 - 12.8.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección económico - financiera

- 13.1. Entorno económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el Sistema Financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad Directiva
 - 13.2.1. Conceptos básicos
 - 13.2.2. El Activo de la empresa
 - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.4. Presupuesto y control de gestión
 - 13.4.1. El Modelo presupuestario
 - 13.4.2. El Presupuesto de capital
 - 13.4.3. El Presupuesto de explotación
 - 13.4.4. El Presupuesto de tesorería
 - 13.4.5. Seguimiento del presupuesto

- 13.5. Dirección financiera
 - 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.5.2. El departamento financiero
 - 13.5.3. Excedentes de tesorería
 - 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.5.5. Gestión de Riesgos de la dirección financiera
- 13.6. Planificación financiera
 - 13.6.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.6.4. El Cuadro *Cash Flow*
 - 13.6.5. El Cuadro de circulante
- 13.7. Estrategia financiera corporativa
 - 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.8. Financiación estratégica
 - 13.8.1. La autofinanciación
 - 13.8.2. Ampliación de fondos propios
 - 13.8.3. Recursos híbridos
 - 13.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.9. Análisis y planificación financiera
 - 13.9.1. Análisis del balance de situación
 - 13.9.2. Análisis de la cuenta de resultados
 - 13.9.3. Análisis de la rentabilidad
- 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. *Management* Directivo

- 14.1. *General Management*
 - 14.1.1. Concepto de *General Management*
 - 14.1.2. La acción del *Manager General*
 - 14.1.3. El director general y sus funciones
 - 14.1.4. Transformación del trabajo de la dirección
- 14.2. El Directivo y sus funciones. La Cultura Organizacional y sus enfoques
- 14.3. Dirección de operaciones
 - 14.3.1. Importancia de la dirección
 - 14.3.2. La cadena de valor
 - 14.3.3. Gestión de calidad
- 14.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 14.4.1. Comunicación Interpersonal
 - 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 14.4.3. Barreras en la comunicación
- 14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 14.5.1. La comunicación interpersonal
 - 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 14.5.3. La Comunicación en la organización
 - 14.5.4. Herramientas en la organización
- 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 14.6.1. Crisis
 - 14.6.2. Fases de la crisis
 - 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 14.7. Preparación de un plan de crisis
 - 14.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 14.7.2. Planificación
 - 14.7.3. Adecuación del personal
- 14.8. Inteligencia emocional
 - 14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 14.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 14.9. *Branding* Personal
 - 14.9.1. Estrategias para desarrollar la Marca Personal
 - 14.9.2. Leyes del *Branding* Personal
 - 14.9.3. Herramientas de la construcción de Marcas Personales

04

Objetivos docentes

Este Máster Título Propio de TECH, está diseñado para capacitar a los farmacéuticos en las estrategias más innovadoras para una gestión eficaz de la Oficina de Farmacia. Por lo tanto, los egresados dominarán la transición digital del modelo 1.0 al 3.0, aplicando herramientas tecnológicas para optimizar procesos y servicios. Asimismo, adquirirán conocimientos en psicología y técnicas de venta, fundamentales para mejorar la experiencia del paciente y potenciar los resultados comerciales. Finalmente, estarán preparados para identificar y cumplir con los requerimientos necesarios para el desarrollo y la implementación de nuevos servicios farmacéuticos con enfoque profesional y normativo.





*Sabrás diseñar estrategias de
gestión sostenibles orientadas
a integrar el desarrollo
económico, social y ambiental"*



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar habilidades directivas aplicadas a la gestión integral de oficinas de farmacia
- ♦ Aplicar estrategias de liderazgo para optimizar el rendimiento del equipo farmacéutico
- ♦ Analizar la rentabilidad y viabilidad económica de una oficina de farmacia
- ♦ Implementar herramientas de marketing adaptadas al sector farmacéutico
- ♦ Supervisar procesos logísticos y de control de stock de forma eficiente
- ♦ Diseñar planes de negocio sostenibles y orientados al crecimiento del establecimiento
- ♦ Gestionar la atención al cliente desde una perspectiva de calidad y fidelización
- ♦ Utilizar indicadores financieros y de gestión para la toma de decisiones
- ♦ Integrar nuevas tecnologías para la mejora operativa y competitiva de la farmacia
- ♦ Adaptarse a los cambios normativos y regulatorios del sector farmacéutico
- ♦ Impulsar la innovación en los servicios ofrecidos en la oficina de farmacia
- ♦ Coordinar recursos humanos promoviendo un ambiente laboral productivo y saludable





Objetivos específicos

Módulo 1. La gestión responsable de la Oficina de Farmacia

- ♦ Dominar la implantación de las buenas prácticas en la Farmacia Comunitaria
- ♦ Capacitar sobre la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios
- ♦ Conocer sobre el Secreto profesional
- ♦ Analizar la responsabilidad social corporativa aplicada a la Oficina de Farmacia

Módulo 2. Gestión Económica - Financiera de la Oficina de Farmacia

- ♦ Analizar los principios clave de la administración farmacéutica, enfocándose en la optimización de procesos y la toma de decisiones efectivas
- ♦ Aplicar los ratios financieros y económicos para evaluar la rentabilidad y eficiencia en la gestión de la Farmacia
- ♦ Gestionar de manera eficiente los inventarios, asegurando un control adecuado y la rotación de productos
- ♦ Optimizar los procesos administrativos en la Oficina de Farmacia, garantizando eficiencia, cumplimiento normativo y una adecuada gestión documental

Módulo 3. Dirección y gestión de los RR. HH. en la Oficina de Farmacia

- ♦ Conocer los modelos organizacionales aplicables a la Oficina de Farmacia para mejorar su estructura
- ♦ Desarrollar habilidades para la selección y entrevista de personal, asegurando la elección adecuada de candidatos
- ♦ Actualizar conocimientos sobre interdependencias y liderazgo para fomentar un entorno colaborativo
- ♦ Gestionar estratégicamente los recursos humanos en la Oficina de Farmacia, enfocándose en la selección, formación, motivación y evaluación del personal

Módulo 4. Optimización de los procesos de compra y logística de la Oficina de Farmacia

- ♦ Conocer los operadores logísticos y los modelos de aprovisionamiento para optimizar la cadena de suministro en la Oficina de Farmacia
- ♦ Gestionar eficientemente los proveedores y los procesos de compra de productos
- ♦ Adquirir competencias en la gestión del stock, aplicando técnicas de control, rotación y previsión de inventarios
- ♦ Desarrollar estrategias para la promoción y lanzamiento de nuevos productos, aplicando Marketing Farmacéutico y comunicación comercial

Módulo 5. La gestión del cliente/paciente

- ♦ Analizar estrategias de comunicación efectiva con el cliente/paciente para mejorar la atención personalizada y optimizar la experiencia en la Oficina de Farmacia
- ♦ Aplicar criterios de segmentación de clientes para adaptar productos, servicios y estrategias comerciales a las necesidades de cada perfil
- ♦ Integrar conocimientos de psicología del consumidor en la práctica farmacéutica, para orientar mejor la oferta y el asesoramiento profesional
- ♦ Diseñar y gestionar programas de fidelización que fomenten la recurrencia y fortalezcan la relación con los clientes

Módulo 6. Marketing farmacéutico

- ♦ Ahondar en los fundamentos de Marketing Farmacéutico y relacional para mejorar la gestión comercial de la farmacia
- ♦ Adquirir habilidades en investigación de mercados para analizar tendencias y necesidades de clientes y competencia
- ♦ Capacitar en *Merchandising* Farmacéutico, publicidad y promoción para mejorar la visibilidad de los productos
- ♦ Comprender los procesos de digitalización y estrategias de Marketing estratégico y Micromarketing para optimizar los servicios

Módulo 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

- ♦ Comprender la psicología del cliente para aplicar estrategias de venta que potencien la conversión y mejoren la experiencia de compra en la Oficina de Farmacia
- ♦ Identificar las fases del ciclo de ventas y utilizar herramientas de previsión para planificar la demanda y optimizar la gestión del stock
- ♦ Evaluar criterios de fijación de precios y márgenes de beneficio para mejorar la rentabilidad de los productos farmacéuticos
- ♦ Desarrollar competencias en venta cruzada y segmentación de clientes, adaptando la oferta según perfiles y promoviendo la fidelización

Módulo 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

- ♦ Fortalecer las habilidades de comunicación interpersonal con pacientes y clientes, aplicando técnicas verbales y no verbales que favorezcan un trato cercano, respetuoso y profesional en el entorno farmacéutico
- ♦ Implementar estrategias de escucha activa y empatía, que permitan comprender mejor las necesidades del usuario, identificar demandas implícitas y mejorar la calidad del asesoramiento en el mostrador
- ♦ Optimizar la comunicación interna en la oficina de Farmacia, fomentando la coordinación entre el equipo, la claridad en la transmisión de instrucciones y la prevención de errores en la gestión de medicamentos y servicios
- ♦ Aplicar protocolos de comunicación profesional en situaciones específicas como la explicación de tratamientos, la resolución de dudas sobre efectos adversos, la orientación en el uso correcto de fármacos o la gestión de reclamaciones

Módulo 9. Gestión de los servicios profesionales de la Oficina de Farmacia

- ♦ Analizar los servicios que pueden desarrollarse en la Farmacia, identificando oportunidades de mejora y expansión
- ♦ Estudiar la selección e implementación de servicios, considerando los requisitos necesarios para su correcta ejecución
- ♦ Desarrollar y gestionar la oferta de Servicios Farmacéuticos, asegurando su alineación con las necesidades de los pacientes y garantizando su calidad y satisfacción
- ♦ Optimizar la gestión económica de los Servicios Farmacéuticos, aplicando estrategias de control de costes y evaluación de rentabilidad

Módulo 10. Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia

- ♦ Conocer las certificaciones de calidad aplicables a la Oficina de Farmacia y su impacto en la gestión
- ♦ Desarrollar una Gestión Estratégica y de Calidad Total (TQM) en la Farmacia
- ♦ Identificar los puntos de control e indicadores clave para la mejora continua de los procesos
- ♦ Reconocer los nichos estratégicos y las ventajas competitivas para optimizar la posición de la Farmacia en el mercado

Módulo 11. Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas

- ♦ Analizar el impacto de la globalización en la Gobernanza y el Gobierno Corporativo
- ♦ Evaluar la importancia del liderazgo efectivo en la dirección y éxito de las empresas
- ♦ Definir las estrategias de gestión intercultural y su relevancia en entornos empresariales diversos
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo y entender los desafíos actuales que enfrentan los líderes
- ♦ Determinar los principios y prácticas de la ética empresarial y su aplicación en la toma de decisiones corporativas
- ♦ Estructurar estrategias para la implementación y mejora de la sostenibilidad y la responsabilidad social en las empresas

Módulo 12. Dirección de personas y gestión del talento

- ♦ Determinar la relación entre la dirección estratégica y la gestión de Recursos Humanos
- ♦ Profundizar las competencias necesarias para la gestión eficaz de Recursos Humanos por competencias
- ♦ Ahondar en las metodologías para la evaluación del rendimiento y la gestión del desempeño
- ♦ Integrar las innovaciones en la gestión del talento y su impacto en la retención y fidelización del personal
- ♦ Desarrollar estrategias para la motivación y el desarrollo de equipos de alto desempeño
- ♦ Proponer soluciones efectivas para la gestión del cambio y la resolución de conflictos en las organizaciones

Módulo 13. Dirección económico - financiera

- ♦ Analizar el entorno macroeconómico y su influencia en el Sistema Financiero Nacional e Internacional
- ♦ Definir los sistemas de información y *Business Intelligence* para la toma de decisiones financieras
- ♦ Diferenciar decisiones financieras clave y la gestión de riesgos en la dirección financiera
- ♦ Valorar estrategias para la planificación financiera y la obtención de financiación empresarial

Módulo 14. Management Directivo

- ♦ Definir el concepto de *General Management* y su relevancia en la dirección de empresas
- ♦ Evaluar las funciones y responsabilidades del Directivo en la Cultura Organizacional
- ♦ Analizar la importancia de la dirección de operaciones y la gestión de la calidad en la cadena de valor
- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal y oratoria para la formación de portavoces



Accederás a vídeos explicativos, por medio de los cuales comprenderás el rol del Consejo de Administración dentro del marco del Gobierno Corporativo”

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

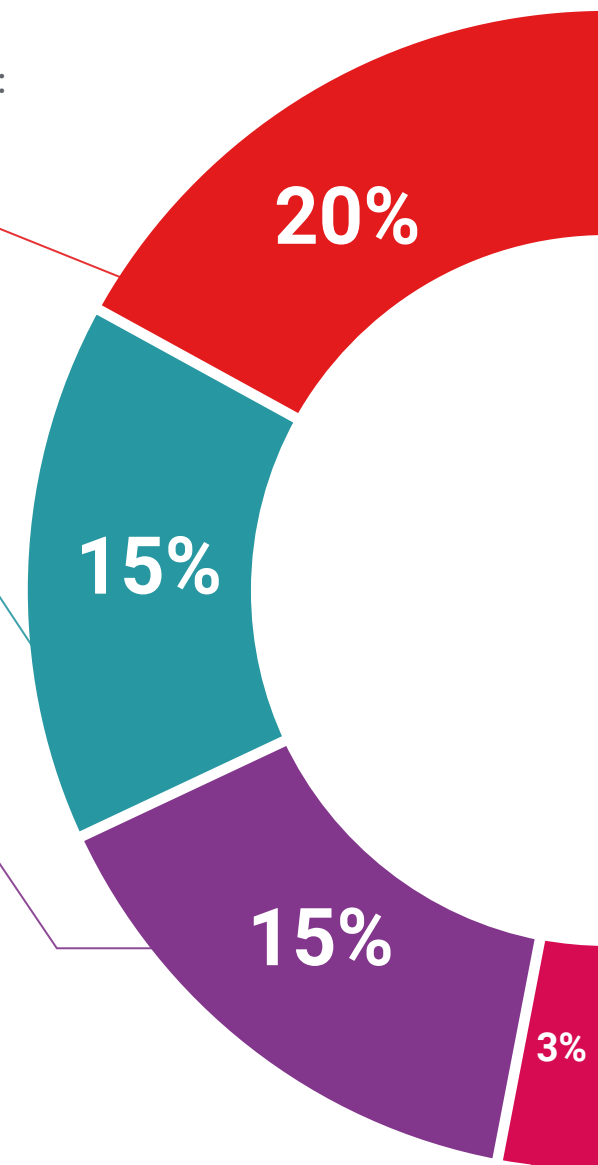
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

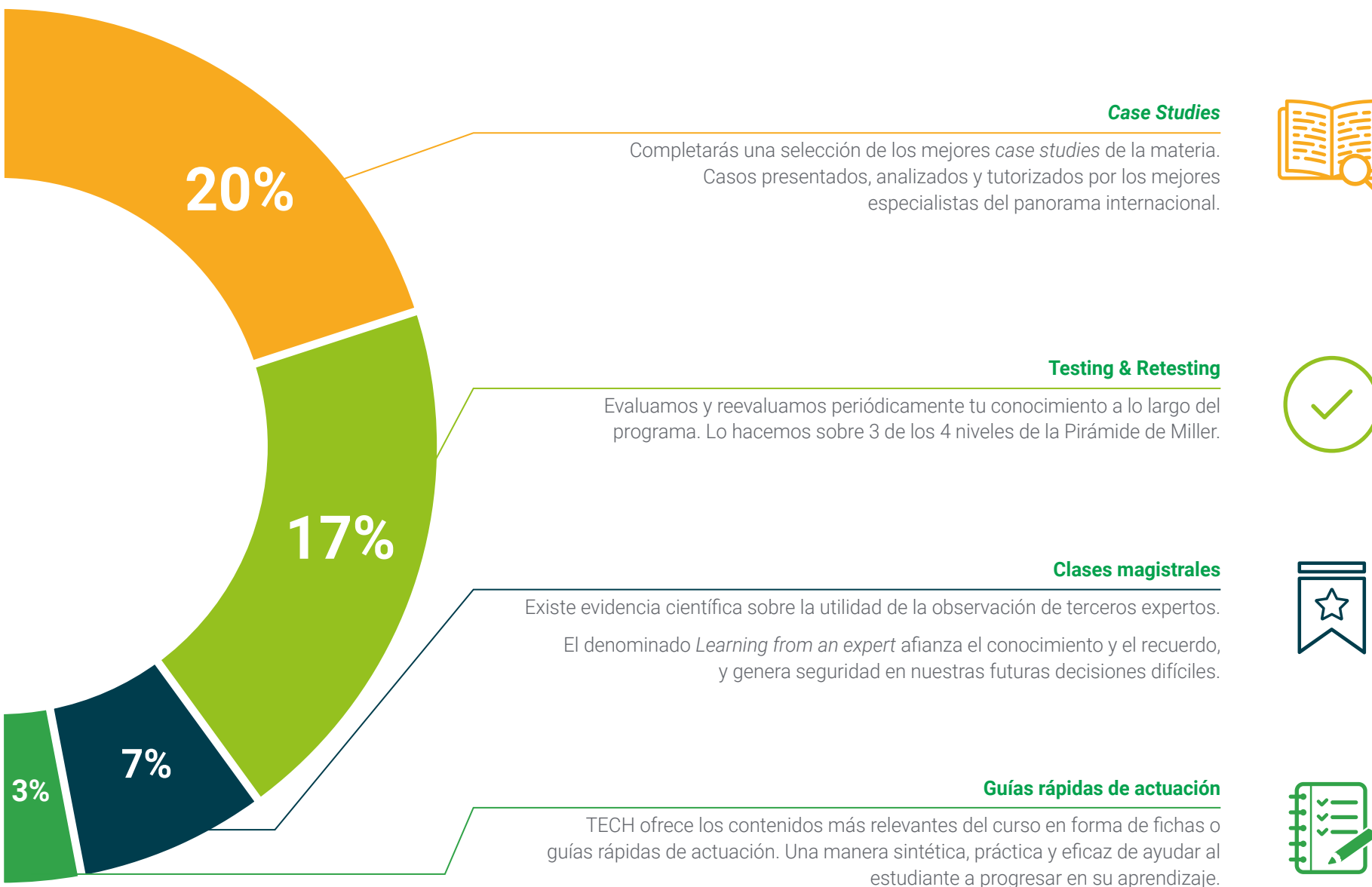
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





06

Cuadro docente

Los docentes seleccionados para este programa universitario cuentan con una vasta experiencia en la aplicación de principios de ética empresarial en el entorno Farmacéutico. De hecho, han trabajado en diversas organizaciones para implementar prácticas comerciales que promuevan la integridad y la responsabilidad social. A su vez, han diseñado múltiples contenidos didácticos que no solo se distinguen por su alta calidad, sino por su capacidad de adaptarse a los estándares éticos y regulatorios del sector. Gracias a esto, los egresados adquirirán una sólida comprensión del sector, lo que les permitirá gestionar de manera eficiente y responsable la Oficina de Farmacia.





“

El equipo docente de esta titulación universitaria está conformado por expertos en Negociación y Gestión de Conflictos en Farmacias, quienes proporcionarán las habilidades necesarias para resolver situaciones complejas”

Directora Invitada Internacional

Reconocida internacionalmente por desarrollar soluciones innovadoras durante la pandemia del COVID-19, la Doctora Katherine DeSanctis es una prestigiosa **Farmacéutica** especializada en **Gestión Operativa**. Su enfoque destaca por aplicar **estrategias de liderazgo** para capacitar a especialistas clínicos y optimizar los servicios de Farmacia en entornos hospitalarios.

De esta forma, atesora una extensa trayectoria laboral, que le ha permitido formar parte de reconocidas instituciones sanitarias como el **Mass General Brigham** de Estados Unidos. Entre sus principales logros, sobresale que ha liderado la **transformación digital** en las instituciones para brindar cuidados de calidad a los pacientes en sus hogares. Esto ha permitido mejorar los procesos para enriquecer tanto la eficiencia como la seguridad en la distribución de medicamentos.

En este sentido, su labor ha sido reconocida en múltiples ocasiones. Por ejemplo, su capacidad de gestión en tiempos de crisis le valió un galardón internacional en la industria de la salud. Asimismo, publicaciones especializadas como **Becker's Hospital Review** han publicado artículos sobre su trabajo destacado su mentalidad vanguardista.

Por otra parte, entre sus aportaciones más destacadas, figura haber creado un **tablero de control** durante la irrupción del **SARS-CoV-2** para fomentar el compromiso de los empleados y mejorar la cultura organizacional. Gracias a este sistema, se mejoró la **retención del personal** e incrementó su motivación para abordar este complicado período.

A su vez, ha compaginado esta faceta con su labor como **Investigadora Clínica**. En su línea de interés sobresalen la **tecnología farmacéutica**, la **seguridad de los medicamentos** y la **gestión de la dirección**. En este sentido, colabora activamente con el Consejo de Farmacia de Vizient. De esta forma, comparte sus sólidos conocimientos en plataformas como YouTube para aumentar la comprensión de los profesionales sobre áreas como la preparación de fármacos, la distribución central o las Farmacias perioperatorias.



Dra. DeSanctis, Katherine

- Directora de Operaciones Farmacéuticas en Mass General Brigham, Massachusetts, Estados Unidos
- Directora del Hospital General de Massachusetts
- Residente en Administración de Farmacias en Sistemas de Salud en UW Health
- Doctorada en Farmacia por Universidad de Illinois en Chicago
- Máster en Ciencias por Universidad de Wisconsin-Madison
- Licenciada en Ciencias por Universidad de Villanova
- Miembro de: Sociedad Americana de Farmacéuticos del Sistema de Salud, Sociedad de Farmacéuticos del Sistema de Salud de Massachusetts, Consejo de Farmacia de Vizient



Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación** y **estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista **Fortune 50**, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento** en **Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es **crear equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



Dña. Dove, Jennifer

- Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal, Nueva York, Estados Unidos
- Responsable de Selección de Personal Comcast
- Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- Ejecutiva de Cuentas en BNC
- Ejecutiva de Cuentas en Vault
- Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami



TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global”

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en **Amazon** le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En **Microsoft** ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

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

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: **satisfacer** las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar** una “**descarbonización rentable**” y **revisar** un panorama fragmentado de **datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD

“

¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional”

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un experimentado profesional en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing**, **análisis de medios**, **medición** y **atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton**, **Airbus** y **Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes** y **trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania



¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia”

Director Invitado Internacional

Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto** en el **entorno de la Moda**. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello, ligado a marcas de prestigio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre otras.

Los resultados de este directivo de **alto perfil internacional** han estado vinculados a su probada capacidad para **sintetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación** a **ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello, este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial**, **visión de mercado** y una **auténtica pasión** por los **productos**.

Como **Director Global de Marca y Merchandising** en **Giorgio Armani**, ha supervisado disímiles **estrategias de Marketing** para **ropas y accesorios**. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el **ámbito minorista** y las **necesidades** y el **comportamiento del consumidor**. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como **jefe de equipo** en los **departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas**.

Por otro lado, en empresas como **Calvin Klein** o el **Gruppo Coin**, ha emprendido proyectos para impulsar la **estructura**, el **desarrollo** y la **comercialización** de **diferentes colecciones**. A su vez, ha sido encargado de crear **calendarios eficaces** para las **campañas** de compra y venta. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los **términos, costes, procesos y plazos de entrega** de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos** de la **Moda** y el **Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo** de **diferentes marcas** y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Los profesionales más cualificados y experimentados a nivel internacional te esperan en TECH para ofrecerte una enseñanza de primer nivel, actualizada y basada en la última evidencia científica. ¿A qué esperas para matricularte?”

Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al análisis de **Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminate para *insights* de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios Másteres y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- Analista Jefe en Nordea
- Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhagen
- Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhagen



¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora** en las **tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje”

Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna** Yammer. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos y Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



Dña. Thole-Muir, Wendy

- Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica



Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!"

Dirección



Dra. Aunión Lavarías, María Eugenia

- ♦ Farmacéutica 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
- ♦ Asistente de Farmacia. Cadena de Farmacias. Minoristas de Salud y Belleza Británica Boots UK. Oxford Street Central London
- ♦ Licenciatura en Ciencia y Tecnología de los Alimentos. Universidad de Valencia
- ♦ Dirección del Curso Universitario Dermocosmética. Oficina de Farmacia



“

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

07

Titulación

El MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (**boletín oficial**). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

TECH es miembro de **Business Graduates Association (BGA)**, la red internacional que reúne a las escuelas de negocios más prestigiosas del mundo. Esta distinción reafirma su compromiso con la excelencia en la gestión responsable y la capacitación para directivos.

Aval/Membresía



Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



Máster Título Propio MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	90
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PE)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
Total	90

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	La gestión responsable de la Oficina de Farmacia	7	OB
1º	Gestión Económica - Financiera de la Oficina de Farmacia	7	OB
1º	Dirección y gestión de los RR. HH. en la Oficina de Farmacia	7	OB
1º	Optimización de los procesos de compra y logística de la Oficina de Farmacia	7	OB
1º	La gestión del cliente/paciente	7	OB
1º	Marketing farmacéutico	7	OB
1º	Ventas en la Oficina de Farmacia	6	OB
1º	Comunicación en la Oficina de Farmacia	6	OB
1º	Gestión de los servicios profesionales de la Oficina de Farmacia	6	OB
1º	Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia	6	OB
1º	Liderazgo, ética y responsabilidad social de las empresas	6	OB
1º	Dirección de personas y gestión del talento	6	OB
1º	Dirección económico - financiera	6	OB
1º	Management Directivo	6	OB



Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global
university



Máster Título Propio
MBA en Dirección y Gestión
en Oficina de Farmacia

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 90 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia

Aval/Membresía



tech global
university