Máster Título Propio
Parafarmacia

tech global university

Máster Título Propio
Parafarmacia

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/farmacia/master/master-parafarmacia**

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. 24

05 Salidas profesionales — pág. 30

06 Metodología de estudio — pág. 34

07 Cuadro docente — pág. 44

08 Titulación — pág. 50

01

Presentación del programa

Parafarmacia se ha consolidado como un sector clave en el ámbito del autocuidado, exigiendo profesionales capacitados para responder a un entorno cada vez más exigente y dinámico. Según un informe de la Organización Mundial de la Salud, el autocuidado es una de las tendencias sanitarias con mayor auge, lo que refuerza aún más el papel estratégico de este ámbito. Para dar respuesta a estas nuevas exigencias, TECH ha diseñado un completísimo programa universitario de alto nivel. A través de un plan de estudios integral, se abordarán las más recientes técnicas del sector. Todo ello, mediante una metodología 100% online y con el respaldo de un equipo docente altamente experimentado.

Un programa 100% online y exhaustivo con el que dominarás las claves de la Parafarmacia, desde la gestión del stock, hasta las últimas tendencias en dermocosmética"

La Parafarmacia se ha consolidado como un sector en auge, impulsado por la creciente demanda de productos y servicios relacionados con el Bienestar y el Cuidado Personal. Como resultado, los profesionales de este ámbito deben poseer un amplio abanico de conocimientos y habilidades para desenvolverse con éxito en un mercado muy competitivo.

Ante este panorama, el Máster Título Propio en Parafarmacia de TECH emerge como una alternativa de capacitación de primer nivel. Por lo tanto, abordará desde los fundamentos de dicha especialidad, hasta las estrategias más innovadoras de venta y atención al cliente. Así mismo, el plan de estudios explorará en detalle las categorías de productos más demandadas, como la dermocosmética, la dietética y los complementos alimenticios, proporcionando una visión completa del sector. Además, este itinerario académico profundizará en temas generales sobre la tecnología aplicada a la Parafarmacia, disponiendo de módulos específicos para los profesionales, donde se analizará las aplicaciones de estos recursos para abordar la rentabilidad de la Parafarmacia, o la distribución para optimizar la atención al cliente.

En este contexto, tras profundizar en todos estos contenidos, los profesionales podrán liderar proyectos de salud digital y desarrollar cuidados personalizados, aumentado su valor para salidas laborales más competitivas.

Al mismo tiempo, esta oportunidad académica cuenta con una metodología 100% online con la que los profesionales tendrán la facilidad de capacitarse y continuar sus obligaciones. A la vez, el temario es accesible las 24 horas los 7 días de la semana, desde cualquier dispositivo con conexión a internet, aunque pueden ser descargados. Por otro lado, el proceso se basa en el método *Relearning* que facilita la asimilación de conceptos claves a través de la reiteración. En definitiva, adquirirán las herramientas necesarias para optimizar la gestión de su Parafarmacia, mejorar la experiencia de compra del consumidor y posicionar su negocio en el competitivo mercado actual.

Este **Máster Título Propio en Parafarmacia** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Parafarmacia
- 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
- 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

Adquirirás las habilidades y conocimientos necesarios para liderar e innovar en este importante sector"

Aplicarás estrategias de gestión y marketing innovadoras con los recursos prácticos que te ofrece este programa universitario, diseñados para impulsar tu éxito”

TECH te brinda una metodología didáctica que te preparará para liderar en el dinámico mercado de la Parafarmacia.

Te capacitarás a tu ritmo y desde cualquier lugar, con un programa universitario 100% online que te permitirá adaptar tu aprendizaje a tu estilo de vida.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la Parafarmacia, 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 contextual, 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.

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 Wistumba, 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

El itinerario académico de este Máster Título Propio ha sido diseñado por un equipo de expertos en Parafarmacia, con amplia experiencia en el sector. Gracias a ello, el programa universitario abarcará desde los fundamentos del negocio hasta las últimas tendencias en productos, servicios y estrategias de marketing. De este modo, los egresados adquirirán una visión global y actualizada que les permitirá desenvolverse con éxito en este campo. Además, el plan de estudios ahondará en áreas clave como el *e - commerce* y la gestión de la rentabilidad, brindando herramientas necesarias para optimizar su negocio y maximizar su potencial.

Profundizarás en el e - commerce de Parafarmacia, optimizando con excelencia la rentabilidad de tu negocio"

Módulo 1. Bases de la Parafarmacia

1.1. La Parafarmacia. Evolución
- 1.1.1. Historia de la Parafarmacia
- 1.1.2. Evolución de la Parafarmacia
- 1.1.3. Definición de Parafarmacia
- 1.1.4. Diferencia entre Farmacia y Parafarmacia

1.2. Medición de los parámetros en Parafarmacia
- 1.2.1. Definición de parámetros
- 1.2.2. Estructura de parámetros
- 1.2.3. Principales parámetros
- 1.2.4. Análisis de parámetros en Parafarmacia

1.3. Productos principales en la Parafarmacia
- 1.3.1. Cosméticos y productos de cuidado personal
- 1.3.2. Complementos alimenticios
- 1.3.3. Alimentación infantil
- 1.3.4. Alimentos de uso médico especial
- 1.3.5. Alimentos sustitutivos de la dieta
- 1.3.6. Productos sanitarios
- 1.3.7. Productos sanitarios de diagnóstico "in vitro" y autodiagnóstico
- 1.3.8. Artículos de puericultura
- 1.3.9. Biocidas
- 1.3.10. Equipo de Protección Individual (EPI)
- 1.3.11. Otros productos relacionados con la salud y el bienestar de venta en farmacias

1.4. Parafarmacia y salud
- 1.4.1. Relación entre la Parafarmacia y la salud
- 1.4.2. La salud como elemento central
- 1.4.3. Vida saludable
- 1.4.4. Conclusión

1.5. Tipos de Parafarmacias
- 1.5.1. Parafarmacia privada
- 1.5.2. Franquicia de Parafarmacia
- 1.5.3. Parafarmacia en grandes almacenes
- 1.5.4. Parafarmacia en sector *Retail*

1.6. Análisis de la competencia
- 1.6.1. Definición
- 1.6.2. Objetivos
- 1.6.3. Aplicaciones
- 1.6.4. Resultados

1.7. Roles en la Parafarmacia
- 1.7.1. Personal, ¿quién es quién?
- 1.7.2. Gerencia en la Parafarmacia
- 1.7.3. Personal técnico
- 1.7.4. Personal administrativo

1.8. Coaching de equipos en Parafarmacia
- 1.8.1. Recursos humanos
- 1.8.2. Gestión del día a día
- 1.8.3. Motivación
- 1.8.4. Conclusiones

1.9. Elementos tecnológicos en Parafarmacia
- 1.9.1. Definición
- 1.9.2. Elementos tecnológicos en Parafarmacia
- 1.9.3. Importancia de la tecnología en Parafarmacia
- 1.9.4. Novedades tecnológicas en Parafarmacia

1.10. Responsabilidad social corporativa en Parafarmacia
- 1.10.1. Definición
- 1.10.2. Buenas prácticas medioambientales
- 1.10.3. Buenas prácticas de conservación
- 1.10.4. Buenas prácticas de atención al cliente

Módulo 2. *Trade* Marketing en la Parafarmacia

2.1. *Trade* marketing: funciones
- 2.1.1. Definición del *trade* marketing
- 2.1.2. Funciones del *trade* marketing farmacéutico
- 2.1.3. Principales técnicas del *trade* marketing
- 2.1.4. Las 4 P

2.2. Lineal de la Parafarmacia
- 2.2.1. ¿Qué es el lineal de la Parafarmacia?
- 2.2.2. Niveles de exposición
- 2.2.3. Puntos calientes
- 2.2.4. Puntos fríos

2.3. El mostrador
- 2.3.1. Consejos para tener un mostrador deslumbrante
- 2.3.2. Distribución del mostrador
- 2.3.3. La importancia del mostrador
- 2.3.4. Colocación mostradora según temporada

2.4. El cajón inteligente *Cashkeeper*
- 2.4.1. Definición
- 2.4.2. Estructura
- 2.4.3. Para qué sirve
- 2.4.4. Beneficios de uso

2.5. Escaparate en Parafarmacia
- 2.5.1. Consejos para tener un escaparate deslumbrante
- 2.5.2. Distribución del escaparate
- 2.5.3. La importancia del escaparate
- 2.5.4. Colocación del escaparate según temporada

2.6. *Sell In y Sell Out* en la Parafarmacia
- 2.6.1. Diferencias entre *Sell In* y *Sell Out*
- 2.6.2. ¿Qué es el *Sell In*?
- 2.6.3. ¿Qué es el *Sell Out*?
- 2.6.4. El *Sell In* y el *Sell Out* como indicadores del rendimiento

2.7. Los proveedores como *Partners*
- 2.7.1. Implicación de los proveedores
- 2.7.2. *Merchandising*
- 2.7.3. Tipo de proveedores
- 2.7.4. Sinergia entre proveedor y Parafarmacia

2.8. Marketing móvil en la Parafarmacia
- 2.8.1. Definición
- 2.8.2. Estructuras principales
- 2.8.3. Objetivos
- 2.8.4. Multidispositivo

2.9. Marketing social en la Parafarmacia
- 2.9.1. Definición
- 2.9.2. Estructuras principales
- 2.9.3. Objetivos
- 2.9.4. Analizar las actitudes, creencias, valores y conductas

2.10. Video marketing en la Parafarmacia
- 2.10.1. Definición
- 2.10.2. Estructuras principales
- 2.10.3. Objetivos
- 2.10.4. Contenido y formato del video

Módulo 3. Dermocosmética en la Parafarmacia

3.1. El mercado de la dermocosmética
- 3.1.1. Definición
- 3.1.2. Objetivos
- 3.1.3. Análisis del mercado de la cosmética y dermocosmética en la Farmacia/Parafarmacia
- 3.1.4. DAFO

3.2. Principios activos dermocosméticos
- 3.2.1. Definición
- 3.2.2. Principales principios activos
- 3.2.3. Usos de los principios activos
- 3.2.4. Beneficios de los principios activos

3.3. Principales fórmulas para productos de dermocosmética
- 3.3.1. Definición
- 3.3.2. Principales fórmulas
- 3.3.3. Usos de las fórmulas
- 3.3.4. Beneficios de las fórmulas

3.4. Fotoprotección en Parafarmacia
- 3.4.1. Definición
- 3.4.2. Principales fotoprotectores
- 3.4.3. Usos de los fotoprotectores
- 3.4.4. Beneficios de los fotoprotectores

3.5. Principales productos dermocosméticos
- 3.5.1. Dermatológicas: para el tratamiento de pieles delicadas o con problemas
- 3.5.2. Cosmética o selectiva: para rutinas más completas y ausencia de patologías en la piel
- 3.5.3. Prémium: productos y cremas de alta cosmética, más avanzados e innovadores
- 3.5.4. Natural o bio: compuesta por ingredientes de origen vegetal

3.6. Dermocosmética como prevención
- 3.6.1. Origen
- 3.6.2. Definición
- 3.6.3. Objetivos
- 3.6.4. Conclusiones

3.7. Importancia de la dermocosmética en la Parafarmacia
- 3.7.1. La dermocosmética cada vez con más espacio en la Parafarmacia
- 3.7.2. Tendencia del mercado de la dermocosmética en la Parafarmacia
- 3.7.3. Colocación dermoestética en Parafarmacias
- 3.7.4. Conclusión

3.8. Tipos de piel
- 3.8.1. ¿Cómo identificar los tipos de piel?
- 3.8.2. Los cuatro tipos de piel
- 3.8.3. Evaluación del tipo
- 3.8.4. Estado de la piel

3.9. Dermocosmética capilar
- 3.9.1. Definición
- 3.9.2. Definición de los objetivos
- 3.9.3. Problemas capilares
- 3.9.4. Tratamientos de los problemas con dermocosmética capilar

3.10. Última tecnología en dermocosmética
- 3.10.1. Análisis dérmico facial
- 3.10.2. Análisis capilar
- 3.10.3. Análisis 3D
- 3.10.4. Futuro tecnológico de la industria

Módulo 4. Dietética - Complementos Alimenticios

4.1. Complementos alimenticios en el siglo XXI
- 4.1.1. Definición
- 4.1.2. Estructura
- 4.1.3. ¿Para qué sirven?
- 4.1.4. Principales productos
- 4.1.5. Diferencias principales

4.2. Diferencias entre complemento alimenticio, nutricosmético y suplemento alimenticio
- 4.2.1. Complemento alimenticio
- 4.2.2. Nutricosmético
- 4.2.3. Suplemento alimenticio
- 4.2.4. Diferencias principales

4.3. Principales ingredientes en los complementos alimenticios
- 4.3.1. Minerales
- 4.3.2. Fibra
- 4.3.3. Vitaminas
- 4.3.4. Aminoácidos
- 4.3.5. Ácidos Grasos Poliinsaturados (AGPI)
- 4.3.6. Probióticos y plantas

4.4. Nutricosmética
- 4.4.1. ¿Qué es la nutricosmética?
- 4.4.2. Cosmético o nutricosmético
- 4.4.3. Usos de los nutricosméticos: piel
- 4.4.4. Usos de los nutricosméticos: cabello

4.5. Formas galénicas y complementos alimenticios
- 4.5.1. ¿Qué son las formas galénicas?
- 4.5.2. Distintos tipos de formas galénicas
- 4.5.3. Formas galénicas tradicionales
- 4.5.4. Formas galénicas modernas

4.6. Dietética y nutrición
- 4.6.1. Diferencias y similitudes entre ambas
- 4.6.2. Ramas de la nutrición y dietética
- 4.6.3. Dietas
- 4.6.4. Tipos de dietas

4.7. Plantas medicinales
- 4.7.1. Breve introducción a la fitoterapia
- 4.7.2. ¿Qué son las plantas medicinales?
- 4.7.3. ¿Para qué sirven las plantas medicinales?
- 4.7.4. ¿Cuáles son las principales plantas medicinales y su principal acción farmacológica?

4.8. Vitaminas y minerales
- 4.8.1. ¿Qué tipo de vitaminas se venden en una Parafarmacia?
- 4.8.2. Distintos tipos de vitaminas y minerales: complejos vitamínicos
- 4.8.3. Los más vendidos
- 4.8.4. El mercado de las vitaminas

4.9. Mercado de los complementos alimenticios
- 4.9.1. Complementos alimenticios: "una tendencia al alza
- 4.9.2. Autoconsumo
- 4.9.3. Cuáles son los más vendidos
- 4.9.4. Tipos

4.10. Tecnología aplicada a la dietética
- 4.10.1. Últimos avances tecnológicos
- 4.10.2. La innovación tecnológica
- 4.10.3. Principales avances tecnológicos
- 4.10.4. Principales aplicaciones

Módulo 5. Categorías de la Parafarmacia

5.1. Natural
- 5.1.1. Definición
- 5.1.2. Estructura
- 5.1.3. Para qué sirve
- 5.1.4. Principales productos

5.2. Cuidado capilar
- 5.2.1. Definición
- 5.2.2. Estructura
- 5.2.3. ¿Para qué sirve?
- 5.2.4. Principales productos

5.3. Hombre
- 5.3.1. Definición
- 5.3.2. Estructura
- 5.3.3. Para qué sirve
- 5.3.4. Principales productos

5.4. Infantil (alimentación e higiene)
- 5.4.1. Definición
- 5.4.2. Estructura
- 5.4.3. Para qué sirve
- 5.4.4. Principales productos

5.5. Higiene
- 5.5.1. Definición
- 5.5.2. Estructura
- 5.5.3. Para qué sirve
- 5.5.4. Principales productos

5.6. Cuidado bucal
- 5.6.1. Definición
- 5.6.2. Estructura
- 5.6.3. Para qué sirve
- 5.6.4. Principales productos

5.7. Cuidado personal
- 5.7.1. Definición
- 5.7.2. Estructura
- 5.7.3. Para qué sirve
- 5.7.4. Principales productos

5.8. Botiquín
- 5.8.1. Definición
- 5.8.2. Estructura
- 5.8.3. Para qué sirve
- 5.8.4. Principales productos

5.9. Ortopedia
- 5.9.1. Definición
- 5.9.2. Estructura
- 5.9.3. Para qué sirve
- 5.9.4. Principales productos

5.10. Óptica
- 5.10.1. Definición
- 5.10.2. Estructura
- 5.10.3. Para qué sirve
- 5.10.4. Principales productos

Módulo 6. Rentabilidad de la Parafarmacia

6.1. Contabilidad y finanzas de una Parafarmacia
- 6.1.1. Aspectos básicos de contabilidad
- 6.1.2. El activo en la contabilidad de la Parafarmacia
- 6.1.3. El pasivo en la contabilidad de la Parafarmacia
- 6.1.4. Tipos de IVA. Impuestos

6.2. Gestión de compras
- 6.2.1. Proveedores
- 6.2.2. Gestión de stock
- 6.2.3. Productos ABC
- 6.2.4. Tipos de compra en la Parafarmacia

6.3. Gestión de ventas
- 6.3.1. Ventas de la actividad de la Farmacia
- 6.3.2. TPV como herramienta de ventas de la Parafarmacia
- 6.3.3. Costes y gastos
- 6.3.4. Beneficio neto

6.4. Margen de una Parafarmacia. PVL, PVF y PVP
- 6.4.1. ¿Qué es el PVL?
- 6.4.2. Cálculo del PVP
- 6.4.3. Margen neto, y diferencias entre el PVL PVF y PVP
- 6.4.4. Cómo mejorar el margen
- 6.4.5. Amortización de la farmacia

6.5. Plan de ventas de una Parafarmacia
- 6.5.1. Cómo elaborar un plan de ventas
- 6.5.2. Fidelización de clientes
- 6.5.3. Planificación de incentivos a la venta
- 6.5.4. Incentivos al personal para la venta

6.6. Herramientas para estudiar las ventas de una Parafarmacia
- 6.6.1. Experiencia de compra del cliente
- 6.6.2. *Upselling*
- 6.6.3. Venta cruzada
- 6.6.4. Packs
- 6.6.5. Técnicas de ofertas para una Parafarmacia

6.7. Principales figuras fiscales en la parafarmacia
- 6.7.1. ¿Cuál elegir?: SL, CB, SA o autónomo
- 6.7.2. Recargo de equivalencia

6.8. Tipos de pago
- 6.8.1. Pagos a proveedores
- 6.8.2. Aplazamiento de los pagos

6.9. Plan financiero
- 6.9.1. Plan de inversiones
- 6.9.2. Balance
- 6.9.3. Presupuesto de caja
- 6.9.4. Cuenta de pérdidas y ganancias provisional
- 6.9.5. Plan de tesorería

6.10. El margen de beneficio de una Parafarmacia
- 6.10.1. Negociación con proveedores
- 6.10.2. Ahorro de costes en compras
- 6.10.3. Descuentos de proveedores por pronto pago
- 6.10.4. Aumentando el horario de la Parafarmacia

Módulo 7. Distribución Parafarmacéutica

7.1. Tecnología innovadora para la distribución parafarmacéutica

7.2. Logística
- 7.2.1. Preparación de los pedidos
- 7.2.2. Entrega de los pedidos
- 7.2.3. Albaranes y facturas
- 7.2.4. Buenas prácticas

7.3. Cadena de distribución de productos de Parafarmacia
- 7.3.1. Actores de la distribución: ¿quiénes son?
- 7.3.2. ¿Qué es un mayorista?
- 7.3.3. ¿Qué es un distribuidor?
- 7.3.4. ¿Qué es un grupo de compras?
- 7.3.5. La Parafarmacia como punto final de venta al cliente

7.4. Gestión TIC del almacén de la Parafarmacia
- 7.4.1. ¿Qué es el almacén de la Parafarmacia?
- 7.4.2. Gestión de pedidos y aprovisionamiento
- 7.4.3. Recepción o entrada de mercancía
- 7.4.4. Almacenamiento y colocación de los productos

7.5. Mercado parafarmacéutico
- 7.5.1. Presentación y definición del mercado en cifras
- 7.5.2. El mercado interno
- 7.5.3. Análisis de la demanda: uso de productos de belleza y cuidado personal. Comportamiento de compra del consumidor
- 7.5.4. Estructura del mercado

7.6. Gestión de stock
- 7.6.1. Gestión óptima del stock en la Parafarmacia
- 7.6.2. El inventario óptimo de la Parafarmacia se basa en el análisis de 10 variables
- 7.6.3. Coeficiente de rotación y niveles óptimos en la gestión del stock de la Parafarmacia
- 7.6.4. Conclusiones

7.7. Tipos de pedido de la Parafarmacia
- 7.7.1. Gestión de pedidos en la Parafarmacia
- 7.7.2. ¿Qué tipos de pedidos hay en una Parafarmacia?
- 7.7.3. ¿Cómo se hacen los pedidos?
- 7.7.4. Otras opciones

7.8. Calidad de los productos de la Parafarmacia
- 7.8.1. Etiquetado de los productos
- 7.8.2. Código nacional de los productos de Parafarmacia como garantía de calidad
- 7.8.3. Imagen de calidad de los productos de Parafarmacia
- 7.8.4. La Parafarmacia como canal de venta asegura la calidad de los productos

7.9. Cliente final
- 7.9.1. Venta activa
- 7.9.2. Recomendaciones para pasar de la venta activa a la venta consejo
- 7.9.3. El conocimiento del cliente
- 7.9.4. El cliente final

7.10. Claves para la gestión de la Parafarmacia
- 7.10.1. Consejos para optimizar la gestión de la Parafarmacia
- 7.10.2. Áreas de gestión de la Parafarmacia
- 7.10.3. Consejos prácticos
- 7.10.4. Conclusiones

Módulo 8. Atención de la Parafarmacia

8.1. Consejo parafarmacéutico
- 8.1.1. ¿Qué es y cómo debe ser el consejo parafarmacéutico?
- 8.1.2. La importancia del consejo parafarmacéutico para el cliente
- 8.1.3. Consulta en la Parafarmacia
- 8.1.4. Conclusiones

8.2. El farmacéutico/parafarmacéutico como consultor de salud
- 8.2.1. Su importancia como experto en salud
- 8.2.2. Personalización para el cliente
- 8.2.3. Seguimiento del cliente
- 8.2.4. Servicio de postventa

8.3. Psicología del cliente
- 8.3.1. Espacio de salud para el cliente
- 8.3.2. Consultas de dietética y belleza
- 8.3.3. Conocimiento del cliente
- 8.3.4. Estrategias con los clientes

8.4. Fidelización del cliente
- 8.4.1. El consejo del farmacéutico como herramienta para fidelizar al cliente
- 8.4.2. Herramientas de fidelización de clientes
- 8.4.3. Asesoramiento continuo al cliente
- 8.4.4. El cliente como centro del negocio

8.5. Córner de salud en Parafarmacia
- 8.5.1. Optimizar ventas
- 8.5.2. Aumentar las ventas en la Parafarmacia
- 8.5.3. Atención al cliente personalizada según sus necesidades de salud
- 8.5.4. Conclusiones

8.6. Tipos de clientes
- 8.6.1. La importancia de un equipo alineado con la estrategia de la Parafarmacia
- 8.6.2. Clasificación de clientes
- 8.6.3. Trato al cliente según su clasificación
- 8.6.4. El equipo de la Parafarmacia como consejero de salud para el cliente

8.7. *Smart Lockers*
- 8.7.1. Iniciándonos con *Smart Locker*
- 8.7.2. Sacar rendimiento a mi *Smart Lockers*
- 8.7.3. Necesidades de uso *Smart Lockers*
- 8.7.4. La Parafarmacia como paradigma tecnológico

8.8. Atención personalizada
- 8.8.1. Identifica al cliente
- 8.8.2. Cuida a tu cliente
- 8.8.3. La comunicación con el cliente es la herramienta prioritaria para cerrar la venta

8.8.4. Conclusiones
8.9. Las nuevas tecnologías en la Parafarmacia
8.10. Formación al cliente
8.10.1. Talleres formativos
8.10.2. Charlas sobre productos
8.10.3. Marketing dirigido a la formación del cliente
8.10.4. Conclusiones

Módulo 9. Plan de Marketing en la Parafarmacia

9.1. Conceptos de marketing
9.1.1. Introducción al marketing general
9.1.2. Estrategia de producto
9.1.3. Estrategia de precio
9.1.4. Segmentación y posicionamiento
9.2. Objetivo de un plan de marketing en la Parafarmacia
9.2.1. Promover la implantación de actividades comerciales en el espacio de venta de la Parafarmacia
9.2.2. Incrementar la venta de los productos de la Parafarmacia
9.2.3. Rotación del stock de productos de la Parafarmacia
9.2.4. Potenciar la marca de nuestra Parafarmacia y contrarrestar a la competencia
9.3. Campañas de marketing de la Parafarmacia. Tipos
9.3.1. Campaña promocional
9.3.2. Campaña testimonial
9.3.3. Campaña de marketing en RRSS
9.3.4. Campaña de lanzamiento de producto
9.4. Pasos del plan de marketing
9.4.1. Realizar un análisis externo e interno
9.4.2. DAFO
9.4.3. Establecer la estrategia de comunicación y el plan de acción
9.4.4. Planificación del plan de marketing: la campaña
9.4.5. Comunicación al equipo
9.4.6. Evaluación de la campaña
9.5. ¿Qué es el marketing viral en la Parafarmacia?
9.5.1. Definición del marketing viral
9.5.2. El boca - oreja
9.5.3. Alcance del marketing viral
9.5.4. Ejemplos de marketing viral
9.6. La identidad de la Parafarmacia
9.6.1. Tendencia de identidad
9.6.2. Marketing para la identidad
9.6.3. Técnicas de identidad
9.6.4. Conclusiones
9.7. Técnicas de venta cruzada
9.7.1. Definición
9.7.2. Principales técnicas
9.7.3. Sacar beneficio
9.7.4. Mejores practicas
9.8. *Merchandising* de la Parafarmacia
9.8.1. Tipos de *Merchandising*
9.8.2. Diferentes intereses del *Merchandising*
9.8.3. Proveedor de la imagen de marca
9.8.4. El consumidor: elección del surtido y atractividad
9.9. Experiencia de compra del consumidor
9.9.1. Tipo de cliente
9.9.2. Personalización
9.9.3. Comunicación con el cliente
9.9.4. Nuevas tecnologías para comunicarnos con el cliente
9.10. Análisis de las ventas de la Parafarmacia
9.10.1. Productos más vendidos
9.10.2. Rotación del stock y periodicidad
9.10.3. ROI
9.10.4. Productos menos vendidos. Eliminación de stock

Módulo 10. Parafarmacia Online

10.1. Distintas formas de Parafarmacia online
- 10.1.1. Definición de una Parafarmacia online
- 10.1.2. La Parafarmacia online como *e - commerce*: una nueva manera de comprar online
- 10.1.3. La Parafarmacia online como una gran oportunidad de negocio
- 10.1.4. Emprendimiento online

10.2. Ventajas de una Parafarmacia online
- 10.2.1. Mayor alcance
- 10.2.2. Abierto 24/7
- 10.2.3. Menor coste y mayor beneficio
- 10.2.4. Estrategia de marketing digital

10.3. Desventajas de una Parafarmacia online
- 10.3.1. Desconfianza de internet
- 10.3.2. No se puede tocar el producto
- 10.3.3. Acceso a internet por parte de personas de la 3ª edad
- 10.3.4. Competencia del sector

10.4. Web 3D
- 10.4.1. Definición
- 10.4.2. Mercado
- 10.4.3. Técnicas
- 10.4.4. Conclusión

10.5. Comercio electrónico: la nueva normalidad
- 10.5.1. Efecto COVID - 19: aumento de las ventas online
- 10.5.2. Herramienta online de compra
- 10.5.3. Recogida en tienda
- 10.5.4. Atrae tráfico a la Parafarmacia física

10.6. La compra digital
- 10.6.1. Oferta y precio
- 10.6.2. Confianza del cliente
- 10.6.3. Servicio de postventa
- 10.6.4. Experiencia de compra del cliente

10.7. Cómo crear tu Parafarmacia online. Consejos
- 10.7.1. Establece unos objetivos. Un buen nombre para tu *e - commerce* - Parafarmacia online
- 10.7.2. Certificado SSL
- 10.7.3. Construye tu web con profesionales
- 10.7.4. Web *Responsive*
- 10.7.5. Embudo de ventas
- 10.7.6. Crea una buena página de inicio
- 10.7.7. Descripción de los productos
- 10.7.8. Postventa

10.8. Posicionamiento de la Parafarmacia online (SEO)
- 10.8.1. SEO local para referenciarse localmente
- 10.8.2. SEO para posicionar las categorías, marcas o productos de tu Parafarmacia online
- 10.8.3. Publica contenidos que se posicionan en Google: blog y marketing de contenidos
- 10.8.4. Haz un buen plan de *Backlinks*

10.9. Redes sociales en la Parafarmacia online
- 10.9.1. Principales RRSS: Facebook, Instagram, YouTube y LinkedIn
- 10.9.2. ¿Qué hacer para vender a través de las redes sociales?
- 10.9.3. Analiza a tu competencia
- 10.9.4. ¿Qué podemos hacer para ganar seguidores?

10.10. SEM en la Parafarmacia online
- 10.10.1. ¿Cómo hacer una campaña de SEM?
- 10.10.2. Google Ads: ¿qué es?
- 10.10.3. Facebook Ads: ¿qué es?
- 10.10.4. Elegir una agencia de marketing digital SEO y SEM

04

Objetivos docentes

Esta oportunidad académica de TECH se ha desarrollado para equipar a los profesionales de la Parafarmacia con las competencias necesarias para sobresalir en un mercado en constante evolución y altamente competitivo. Para ello, la titulación universitaria explorará en profundidad desde la gestión de productos y servicios especializados hasta las estrategias de atención al cliente y el asesoramiento personalizado. Como resultado, se garantizará que los egresados adquieran habilidades avanzadas en la comercialización efectiva, la comunicación estratégica con el cliente y la gestión de la calidad, posicionándolos como referentes en el sector de la Parafarmacia.

Tras esta oportunidad académica, podrás liderar la gestión de productos, mejorando la experiencia del cliente y consolidándote como un experto en el sector”

Objetivos generales

- Comprender el funcionamiento integral de una parafarmacia, desde la gestión operativa hasta la atención al cliente
- Identificar las categorías de productos disponibles en parafarmacia y sus aplicaciones en salud y bienestar
- Aplicar estrategias de marketing y ventas orientadas al entorno parafarmacéutico
- Analizar el impacto de la tecnología en la gestión, venta y distribución de productos de parafarmacia
- Gestionar eficientemente el stock, la logística y los pedidos en establecimientos de parafarmacia
- Interpretar normativas legales y sanitarias aplicables al ámbito de la parafarmacia
- Desarrollar habilidades de asesoramiento personalizado y fidelización de clientes
- Evaluar la rentabilidad de productos y líneas de negocio en la parafarmacia
- Diseñar planes de marketing digital y posicionamiento para Parafarmacias físicas y online
- Integrar conocimientos de dermocosmética, dietética y complementos alimenticios en la práctica profesional

Objetivos específicos

Módulo 1. Bases de la Parafarmacia

- Describir la evolución histórica y conceptual de la Parafarmacia, diferenciándola de la farmacia tradicional
- Identificar y analizar los principales parámetros relevantes en la gestión de una Parafarmacia
- Clasificar y describir las características y aplicaciones de los principales productos comercializados en Parafarmacias
- Establecer la relación entre la Parafarmacia y la promoción de la salud y el bienestar

Módulo 2. *Trade* Marketing en la Parafarmacia

- Definir y aplicar las funciones del *trade* marketing en el contexto de la Parafarmacia
- Optimizar la disposición del lineal de la Parafarmacia para maximizar la visibilidad y las ventas de productos
- Diseñar y gestionar un mostrador atractivo y eficiente que mejore la experiencia del cliente
- Implementar y utilizar el cajón inteligente *Cashkeeper* para optimizar la gestión de pagos y la seguridad en la Parafarmacia

Módulo 3. Dermocosmética en la Parafarmacia

- Analizar el mercado de la dermocosmética, identificando oportunidades y desafíos
- Describir y aplicar los principales principios activos dermocosméticos y sus beneficios
- Formular y utilizar los principales productos dermocosméticos
- Aplicar técnicas de fotoprotección y asesorar sobre el uso de fotoprotectores

Módulo 4. Dietética - Complementos Alimenticios

- Definir y describir los complementos alimenticios en el contexto actual y sus principales diferencias
- Diferenciar entre complemento alimenticio, nutricosmético y suplemento alimenticio, identificando sus usos y beneficios
- Describir los principales ingredientes presentes en los complementos alimenticios y sus funciones
- Definir y aplicar los conceptos de nutricosmética, identificando sus usos y beneficios para la piel y el cabello

Módulo 5. Categorías de la Parafarmacia

- Describir y clasificar los productos naturales comercializados en Parafarmacias
- Analizar y aplicar estrategias de venta para productos de cuidado capilar en Parafarmacias
- Identificar y describir los productos dirigidos al público masculino en Parafarmacias
- Clasificar y describir los productos de alimentación e higiene infantil comercializados en Parafarmacias

Módulo 6. Rentabilidad de la Parafarmacia

- Aplicar los principios de contabilidad y finanzas en la gestión del negocio
- Optimizar la gestión de compras y proveedores para mejorar la rentabilidad
- Analizar y mejorar la gestión de ventas en el establecimiento
- Calcular y gestionar el margen de beneficio del negocio

Módulo 7. Distribución Parafarmacéutica

- Implementar tecnología innovadora para optimizar la distribución de productos de Parafarmacia
- Gestionar eficientemente la logística de pedidos y entregas
- Analizar y optimizar la cadena de distribución de productos
- Aplicar herramientas TIC para la gestión eficiente del almacén de una Parafarmacia

Módulo 8. Atención de la Parafarmacia

- Implementar estrategias efectivas de consejo Parafarmacéutico para mejorar la experiencia del cliente
- Desarrollar habilidades para actuar como consultor de salud en la Parafarmacia, ofreciendo atención personalizada y seguimiento
- Aplicar principios de psicología del cliente para crear un espacio de salud acogedor y satisfactorio
- Utilizar técnicas de fidelización para construir relaciones a largo plazo con los clientes

Módulo 9. Plan de Marketing en la Parafarmacia

- Aplicar los conceptos fundamentales del marketing en el contexto de la Parafarmacia
- Definir y alcanzar los objetivos de un plan de marketing
- Diseñar e implementar diferentes tipos de campañas de marketing para la Parafarmacia
- Desarrollar y ejecutar un plan de marketing

Módulo 10. Parafarmacia Online

- Describir y diferenciar las distintas formas de parafarmacia online
- Analizar las ventajas de establecer una parafarmacia online
- Evaluar las desventajas y desafíos de gestionar una parafarmacia online
- Aplicar técnicas de diseño y desarrollo web 3D para mejorar la experiencia del cliente

05

Salidas profesionales

Este itinerario académico de TECH representa una oportunidad excepcional para los profesionales, al proporcionarles una actualización integral y estratégica en las áreas más demandadas del sector. Asimismo, gracias a la adquisición de conocimientos avanzados y habilidades clave, los egresados estarán preparados para asumir roles de liderazgo y desenvolverse con éxito en diversos ámbitos laborales, como la gestión de Parafarmacias, la consultoría especializada, la dirección comercial o el asesoramiento técnico en productos de salud y bienestar, y la coordinación de proyectos orientados al autocuidado y la innovación.

Liderarás la transformación de la Parafarmacia, optimizando la gestión, impulsando las ventas y maximizando el potencial de tu negocio"

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria será un profesional con una visión integral y estratégica del sector Parafarmacéutico. Por lo tanto, dominará las técnicas de *Merchandising* para optimizar la gestión del punto de venta, así como las estrategias de *Sell In* y *Sell Out* para impulsarlas. Además, estará capacitado para analizar y seleccionar los productos más adecuados y aplicar las últimas tecnologías en el *E - commerce* de Parafarmacia. Asimismo, podrá gestionar la rentabilidad del negocio, elaborar planes de marketing efectivos y fidelizar a los clientes a través de una atención personalizada.

Potenciarás tu negocio y alcanzarás nuevos mercados, a través de estrategias innovadoras de marketing y gestión de stock.

- **Optimización de la Gestión de la Parafarmacia:** aplicar técnicas de trade *marketing* y *Merchandising*, así como estrategias de *Sell In* y *Sell Out*, con el fin de maximizar la Rentabilidad y el Rendimiento del Negocio
- **Innovación en Dermocosmética y Dietética:** analizar el mercado de la Dermocosmética y la Dietética, seleccionar los productos más adecuados y aplicar las últimas tecnologías en el *E - commerce* de Parafarmacia, adaptándose a las tendencias y necesidades del consumidor
- **Compromiso Ético y Calidad del Servicio:** implementar normativas de calidad y seguridad de los productos, garantizando la confianza y satisfacción del cliente a través de una atención personalizada y un servicio de excelencia
- **Colaboración Interdisciplinaria:** trabajar de manera efectiva con proveedores, distribuidores y otros profesionales del sector, facilitando la gestión de la cadena de suministro y la optimización de la experiencia de compra del cliente

Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Encargado de parafarmacia:** gestor del funcionamiento general del establecimiento, controla el inventario, supervisa al personal y coordina las compras y ventas.
2. **Técnico en atención al cliente de parafarmacia:** orientador sobre productos de higiene, Dermocosmética, nutrición y cuidado personal dentro del entorno parafarmacéutico.
3. **Asistente de ventas en canal retail parafarmacéutico:** colaborador en tareas comerciales y promocionales, apoyando en campañas de marketing y exhibición de productos en puntos de venta.
4. **Gestor de categorías de productos parafarmacéuticos:** responsable de organizar y optimizar las secciones de producto según rotación, demanda y perfil de cliente para mejorar la rentabilidad del negocio.
5. **Responsable de compras para parafarmacia:** encargado de seleccionar proveedores, negocia condiciones y se encarga del abastecimiento de productos conforme a criterios de calidad y rentabilidad.
6. **Auxiliar de dermocosmética en parafarmacia:** asesor sobre la recomendación de productos dermocosméticos y participa en acciones de venta orientadas al cuidado de la piel y el cabello.
7. **Técnico de gestión de stock parafarmacéutico:** responsable de controlar el inventario, realiza pedidos y aplica técnicas de rotación y almacenamiento para mantener la eficiencia logística.
8. **Asistente de marketing digital para parafarmacia online:** desarrollador de contenidos, gestiona redes sociales y apoya campañas SEO y SEM para aumentar la visibilidad y ventas del canal digital.

06

Metodología de estudio

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

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

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

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

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

Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

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

Case studies o Método del caso

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

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

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

Método *Relearning*

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

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

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

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

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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

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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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

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

Material de estudio

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

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

Prácticas de habilidades y competencias

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

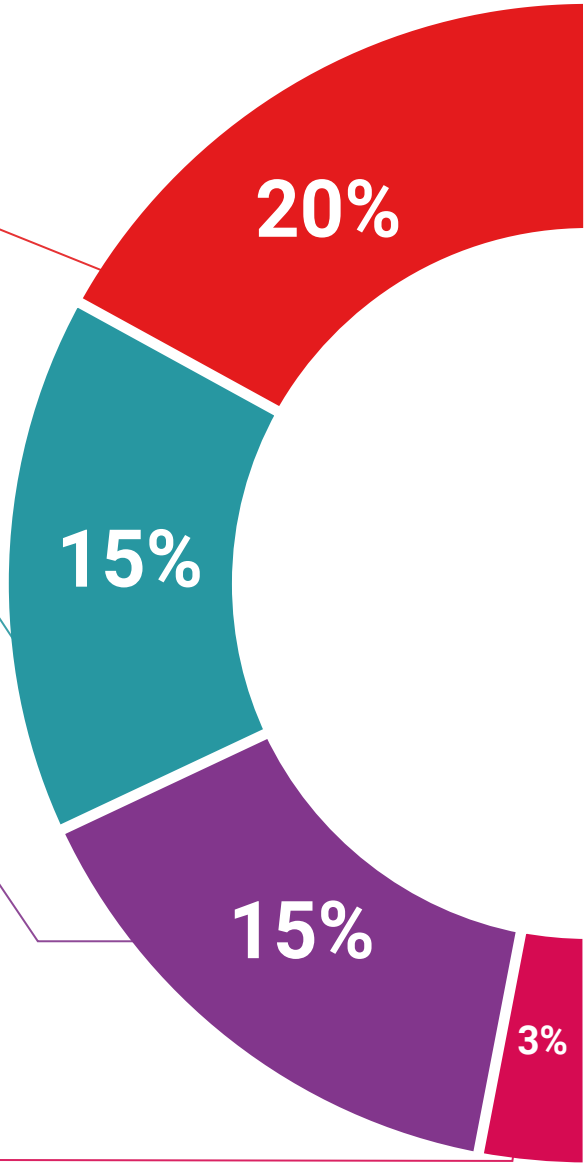
Resúmenes interactivos

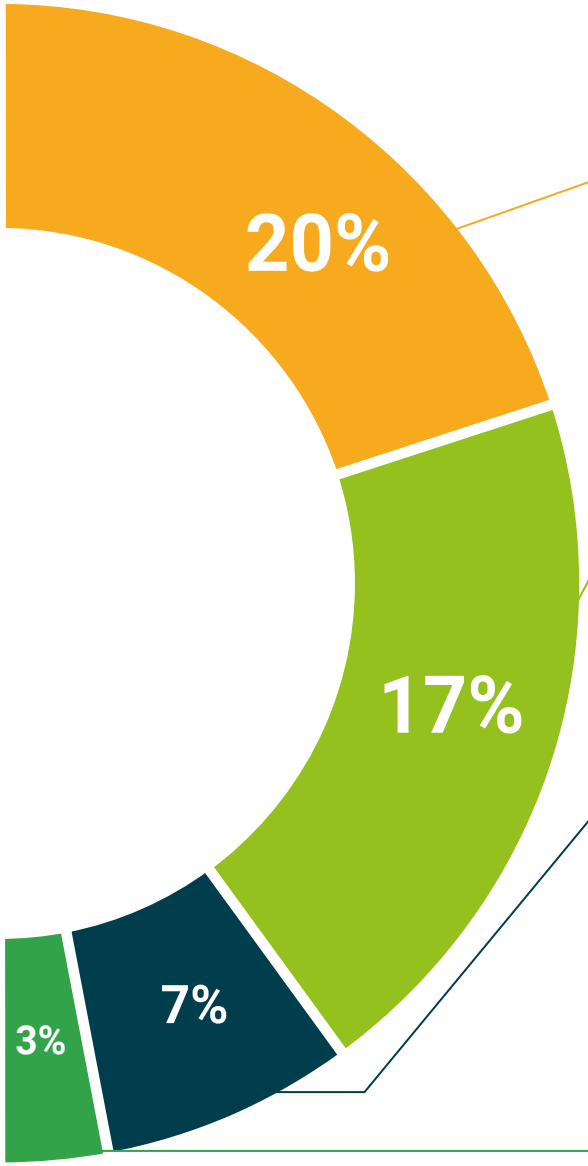
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Lecturas complementarias

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





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

07

Cuadro docente

El cuadro docente de este programa universitario de TECH está compuesto por profesionales con una sólida trayectoria en el sector de la Parafarmacia. Por ende, estos expertos combinan experiencia académica con práctica profesional en áreas clave como la gestión de productos, el *marketing* y la atención al cliente. Además, muchos de ellos han liderado proyectos de innovación en Parafarmacias y han contribuido con investigaciones relevantes sobre las últimas tendencias del mercado, garantizando que los egresados reciban una especialización basada en las mejores prácticas del sector.

Te especializarás con expertos líderes en Parafarmacia: nuestro claustro docente te brindará una capacitación práctica y actualizada para destacar en el sector”

Dirección

Dña. Forner Puig, María José

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

Profesores

Dña. Álvaro Casillas, Rocío

- CEO de Omoi Pharmacy Coach
- Técnica de Farmacia en diversas oficinas de farmacia
- Máster en Dermofarmacia y Cosmética
- Posgrado en Dermocosmética
- Técnica en Farmacia y Parafarmacia
- Técnica Superior en Administración y Finanzas

Dña. Campos García, Silvia

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

Dña. De la Casa Moreno, Inmaculada

- Especialista en Nutrición Humana, Personalizada, Dietética y Comunitaria
- Dietista-nutricionista en Clínica DUAL
- Dietista-nutricionista en Unidad de Endocrinología y Diabetes del Hospital Clínico La Fe
- Esteticista y Dietista en Spa del Mar
- Auxiliar de clínica en Clínica Medibelia
- Esteticista y Quiromasajista en MASAJES A MIL
- Dietista-nutricionista en FUNDACIÓN JOSÉ NAVARRO
- Dietista-nutricionista en CENTRO MULTIDISCLIPINAR ATTRIUM
- Máster en Nutrición Personalizada y Comunitaria por la Universidad de Valencia
- Grado en Nutrición Humana y Dietética por la Universidad de Valencia

Dña. Muñoz Hidalgo, Beatriz

- *Social Media Project Manager* en Onlypharma
- *Social Media Manager* & *Content Creator* en Ibáñez Farmacia
- *Social Media Manager* & *Content Creator* en Farmaschool
- *Social Media Manager* & *Content Creator* en SETSS y SIETeSS
- Doble Máster MBA + Marketing Digital por The Power MBA
- Máster en Periodismo Digital y Nuevas Narrativas por la Universitat Oberta de Catalunya
- Máster en Programas de TV de Entretenimiento Gestmusic Endemol por la Universidad Ramón Llull
- Graduada en Periodismo por la Universidad de Málaga

Dña. Sáenz Suárez, Lucía

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

Dña. López, Cristina

- CEO en Omoi Pharmacy Coach
- Técnico en Farmacia en diversas oficinas de farmacia
- Responsable de compras y selección de surtido en Dermocosmética
- Responsable de atención individualizada y gestión de consultas de dermo a pacientes
- Máster en dermofarmacia y cosmética
- Experta en Dermofarmacia, Cosmética Capilar, Medicina Natural y Aromaterapia
- Grado de Técnico en Farmacia y Parafarmacia

Dña. Fuentes, Maribel

- Directora de Farmacias grupo TRIZGO
- Consultora de Farmacia en Bidafarma
- Gerente Farmacéutica en GAN: Nutrición y Gastronomía
- Especializada en Dirección y Gestión de Oficinas de Farmacia por el San Telmo Business School
- Experta en Dietética y Nutrición
- Experta en Nutrición por la Universidad de Alcalá
- Licenciada en Farmacia por la Universidad de Sevilla

Dña. Dubal, Lorena

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

Una experiencia de capacitación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional”

08

Titulación

Este programa en Parafarmacia 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 **Máster en Parafarmacia** 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.

Título: **Máster Título Propio en Parafarmacia**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**

tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio en Parafarmacia

Se trata de un título propio de 1.500 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Máster Título Propio en Parafarmacia

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	60
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 60

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Bases de la Parafarmacia	6	OB
1º	*Trade* Marketing en la Parafarmacia	6	OB
1º	Dermocosmética en la Parafarmacia	6	OB
1º	Dietética - Complementos Alimenticios	6	OB
1º	Categorías de la Parafarmacia	6	OB
1º	Rentabilidad de la Parafarmacia	6	OB
1º	Distribución Parafarmacéutica	6	OB
1º	Atención de la Parafarmacia	6	OB
1º	Plan de Marketing en la Parafarmacia	6	OB
1º	Parafarmacia online	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech global university

Máster Título Propio
Parafarmacia

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio
Parafarmacia

tech global university