Cursos de postgrado

60 créditos

Curso académico 2019-2020

Marketing Farmacéutico

del 2 de diciembre de 2019 al 30 de septiembre de 2020

TÍTULO DE MÁSTER

Características: prácticas y visitas, material impreso, página web y guía didáctica.

Departamento

Economía Aplicada y Estadística

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Convocatoria más reciente

Existe una convocatoria de este curso en el último curso académico para el que ha sido publicitado.

Periodo de matriculación:

Del 6 de septiembre al 15 de diciembre de 2021.

Periodo de docencia:

Del 1 de diciembre de 2021 al 30 de septiembre de 2022.

Puede acceder a ella a través de este enlace.

PROGRAMA DE POSTGRADO
Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.
Curso 2019/2020

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

Destinatarios

El Curso va dirigido fundamentalmente a:

> Personas que han terminado o tienen avanzados sus estudios medios o superiores y quieren especializarse en el campo del marketing farmacéutico. Está especialmente recomendado para Licenciados en Farmacia, Química, Medicina, Biología y Veterinaria.

> Personas que trabajan en empresas ligadas al sector de la industria farmacéutica.

1. Industria Farmacéutica (laboratorios):

· Departamento de Marketing (*Product Manager* y Servicios Marketing)

· Departamentos Comerciales (Delegado de Visita Médica y de Venta a Farmacias)

· Departamento de *Medical Marketing*

2. Distribución Farmacéutica:

· Departamento de Marketing

3. Empresas de servicios a la Industria Farmacéutica:

· Departamento de Cuentas y Médico en Agencias *healthcare* (publicidad)

· Departamento de Servicio al Cliente en Institutos de investigación de mercado

· Departamento de Servicio al Cliente en Sector editorial médico-farmacéutico

· Departamento de Servicio al Cliente en Empresas de Consultoría

4. Sector Salud:

· Departamento de Marketing en compañías de seguros de salud

· Departamento de Marketing y Comunicación en Clínicas privadas y Hospitales públicos

5. Empresas de Gran Consumo:

· Departamento de Marketing en empresas con productos enfocados en la Salud (nutrición, bebidas, ejercicio físico, cuidado de la piel, etc.)

6. *Startups*:

· Departamento de Marketing en *startups* orientadas al mundo de la Salud

1. Presentación y objetivos

La XIV edición del Master en Marketing Farmacéutico de la UNED pretende formar a titulados de grado medio y superior en las técnicas de marketing del sector farmacéutico, aportando explicaciones de contenido teórico y contenidos prácticos, con el objeto de obtener una utilidad que permita la aplicación inmediata de los conocimientos adquiridos por el alumno.

Esta dirigido a personas que desean encaminar su futuro profesional como:

1. Consultor Farmacéutico, en los siguientes departamentos de laboratorios farmacéuticos:

· Marketing.

· Comercial y Ventas.

· Departamento Médico.

· Áreas Internacionales.

· Investigación de Mercados.

· Desarrollo de Negocio.

· Comunicación y Publicidad.

2. Visitador médico

3. Visitador farmacéutico

4. Delegado de ventas atención primaria

5. Delegado de ventas farmacia

6. Delegado de ventas hospitalaria (Según perfil y especialización)

Otra Información

Será responsabilidad exclusiva del Equipo Docente la información facilitada en la siguiente relación de hipervínculos. En caso de detectarse alguna contradicción, prevalecerá la oferta formativa aprobada por el Consejo de Gobierno para cada convocatoria, así como del Reglamento de Formación Permanente y del resto de la legislación Universitaria vigente.

Más Información

2. Contenidos

Módulo 1

Entorno Farmacéutico

1. El Mercado Farmacéutico

2. Estructura Ministerio de Sanidad/Agencia del Medicamento

3. Fabricación de medicamentos

4. Distribución farmacéutica

5. La Farmacia

6. Estructura de un laboratorio farmacéutico

7. Estructura de un departamento comercial/marketing

8. Desarrollo de fármacos

9. Proceso regulador

Módulo 2

Investigación de Mercado y Herramientas de marketing farmacéutico

1. Investigación de Mercado

2. Uso de Internet como herramienta de investigación

3. Patentes y Marcas

4. Asociaciones profesionales

5. Marketing Médico

6. Servicio Científico

7. Regulación de la Publicidad y la promoción

Módulo 3

Marketing Farmacéutico

1. Introducción al marketing general

2. Política de Producto

3. Política de Precio

4. Segmentación

5. Posicionamiento

6. Política de Distribución

7. Elementos Financieros en Marketing farmacéutico

8. Comunicación Farmacéutica

9. Publicidad Farmacéutica

10. Marketing Directo/DTC

Módulo 4

Ventas y Plan de Marketing

1. Red de Ventas

2. Visita Médica

3. Segmentación/Micromarketing

4. Formación de la red de Ventas

5. Plan de Marketing

6. Audit del Plan de Marketing

Módulo 5

Conceptos de farmacología y marketing especializado

1. Biofarmacia

2. Formas farmacéuticas

3. Marketing de Genéricos

4. Marketing de productos hospitalarios

5. Marketing personal

Módulo 6

Plan de Marketing profesional

1. Técnicas de Previsión de Ventas

2. Marketing Estratégico

3. Plan de Marketing profesional

Trabajo Fin de Máster (equivalente a 10 Créditos ECTS)

3. Metodología y actividades

La metodología del curso es la propia de la UNED y está basada en la enseñanza a distancia este método de enseñanza permite al alumno:

1º Seguir el curso cualquiera que sea su lugar de residencia.

2º Compatibilizar el aprendizaje con sus responsabilidades familiares y laborales.

3º Aprender sin necesidad de desplazamientos.

Este método de aprendizaje conduce a una adecuada formación mediante el empleo de:

> Material especificamente desarrollado para el curso

> Régimen permanente de tutoría y de atención al alumno. Estas tutorías podrán ser telefónicas o por e-mail (se recomienda esta última vía).

Se editará una guía didáctica para orientar al alumno sobre la mejor forma de aprovechar el curso.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material enviado por el equipo docente (apuntes, pruebas de evaluación, memorias externas, DVDs, ...)

El material del curso,con un alto contenido pedagógico y diseñado específicamente para este curso y para la enseñanza a distancia está compuesto por unas 2500 páginas, divididas en los 6 módulos que componen el curso, redactadas por especialistas en el ámbito del marketing farmacéutico y tiene un coste de 550 €, que el alumno deberá abonar al formalizar la matricula.

El precio del curso incluye la entrega en el domicilio del alumno de los materiales didácticos. Junto al material didáctico escrito se entregará:

- Una Guía Didáctica para orientar y ayudar al alumno durante el estudio del curso.
- Las Pruebas de Evaluación a Distancia, las cuales deberán ser enviadas al equipo docente una vez resueltas.

Este material será abonado por el alumno junto a la matrícula del curso.

5. Atención al estudiante

Horario telefónico: Lunes de 10:00 a 14:00 horas

Íñigo Tejera Martín

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED

Departamento de Economía Aplicada y Estadística

Pº Senda del Rey, 11.

Despacho 1.20

28040 Madrid

Tel.: 91 3 98 93 36

Correo electrónico: itejera@cee.uned.es

6. Criterios de evaluación y calificación

Se realizarán una serie de pruebas de evaluación, una por cada uno de los seis módulos que integran el programa. Cada una de las pruebas constará de diferentes cuestiones de tipo teórico así como ejercicios de tipo práctico. Los estudiantes deberán enviar por mail la resolución de las pruebas de evaluación propuestas.

Además, deben realizar un Trabajo Fin de Master.

7. Duración y dedicación

Del 2/12/2019 al 30/09/2020

EL EQUIPO DOCENTE CONSIDERA QUE A PARTIR DE UNA DEDICACIÓN MEDIA DE 8 HORAS SEMANALES PUEDE OBTENERSE UN APROVECHAMIENTO ADECUADO DEL MASTER

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

TEJERA MARTIN, IÑIGO

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

SANTOS PINILLA, ELENA

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 1.950,00 €.

Precio del material: 550,00 €.

10. Descuentos

10.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en este enlace.

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

11. Matriculación

Del 6 de septiembre al 30 de noviembre de 2019.

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

http://www.fundacion.uned.es/

Información de las ayudas y descuentos *pinche aquí*

Dirección de correo para el envío de documentación

descuentos@fundacion.uned.es

12. Responsable administrativo

Negociado de Especialización.