

Cursos de postgrado	Curso académico 2013-2014
	Plataforma docente
	Marketing Farmacéutico
	del 29 de noviembre de 2013 al 30 de septiembre de 2014
60 créditos	TÍTULO DE MÁSTER

Características: material impreso, página web, curso virtual 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 2013/2014

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.

Acreditación:

Máster: mínimo de 60 ECTS.

Diploma de Especialización: mínimo de 30 ECTS.

Diploma de Experto: mínimo de 15 ECTS.

Certificado de Formación del Profesorado: 5 ECTS.

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. Presentación y objetivos

El curso 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.

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

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 reduciendo al mínimo los desplazamientos.

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

- > Material específicamente desarrollado para el curso

> Régimen permanente de tutoría y de atención al alumno. Estas tutorías podrán ser presenciales (visita personal a profesores en la sede central de la UNED), telefónicas, por correo ordinario, por fax o por e-mail.

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,)

Material didáctico, con un alto contenido pedagógico y diseñado especialmente para este curso, es decir, pensado y redactado para la enseñanza a distancia este material tendrá un alto componente práctico.

Tomo 1. Entorno Farmacéutico. 350 pág.

Tomo.2. Investigación de mercados y herramientas de márketing farmacéutico.425 pág.

tomo3 Márketing farmacéutico. 400 pág.

tomo4 Ventas y plan de márketing. 350 pág.

tomo 5 Conceptos de farmacología y márketing especializado. 350 pág.

tomo 6 Plan de márketing profesional 400 pág.

Todos los materiales han sido elaborados y autoeditados por los miembros del equipo docente del Master (A.Muñoz, C. Sanchez y E.Beneitez) en Madrid en 2009.

Este material se estructura en 6 tomos de aproximadamente 400 págs. cada uno.

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

5. Atención al estudiante

Horario: Lunes y Martes de 16:30 a 20:00 horas

Alberto Muñoz Cabanes

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED

Departamento de Economía Aplicada y Estadística

Pº Senda del Rey, 11.

Despacho 1.23

28040 Madrid

Tel.: 91 3 98 87 06

Fax.: 91 3 98 63 35

Correo electrónico: amunoz@cee.uned.es

6. Criterios de evaluación y calificación

Se realizarán nueve pruebas de evaluación, una por cada uno de los temas que integran el programa. Cada una de las pruebas constará de diferentes cuestiones de tipo teórico así como ejercicios de tipo práctico.

7. Duración y dedicación

Del 29/11/2013 al 30/09/2014

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

MUÑOZ CABANES, ALBERTO

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

BENÉITEZ PALOMEQUE, ENRIQUE

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 1.980,00 €.

Precio del material: 520,00 €.

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 13 de septiembre al 8 de diciembre de 2013.

FUNDACIÓN UNED

Francisco de Rojas, 2-2º Dcha

28010 Madrid

Teléfono: +34 913867275 / 1592

Fax: +34 913867279

12. Responsable administrativo

Negociado de Especialización.