

Maestría Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad



Nº de RVOE: 20230363

Maestría Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Idioma: Español

Modalidad: 100% en línea

Duración: 20 meses

Fecha acuerdo RVOE: 10/02/2023

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

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Plan de estudios

pág. 8

03

Objetivos

pág. 22

04

Competencias

pág. 26

05

¿Por qué nuestro programa?

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 34

07

Idiomas gratuitos

pág. 38

08

Metodología

pág. 42

09

Dirección del curso

pág. 50

10

Requisitos de acceso y
proceso de admisión

pág. 54

11

Titulación

pág. 58

01

Presentación

Desde comienzos de los 2000, los ingresos del sector farmacéutico han ido aumentando exponencialmente, hasta el punto de que en la actualidad superan los 1,4 billones de dólares a nivel mundial. Se trata de cifras astronómicas que reflejan la importancia de un ámbito muy presente en el día a día de los ciudadanos. Por ello, esta titulación de TECH es una oportunidad única de actualización en la dirección y gestión de la oficina de farmacia. De este modo, el alumnado recorrerá los fundamentos de la administración eficiente de estos centros y los elementos esenciales de su gestión económica-financiera. Todo ello en base a un formato online en el que el estudiante contará con la supervisión de especialistas en la materia.





“

Esta Maestría es la oportunidad perfecta para trasladar tu liderazgo al ámbito farmacéutico de manera eficiente”

La gestión de una farmacia presenta varios desafíos únicos que deben ser abordados para garantizar el éxito a largo plazo de la empresa. Uno de ellos es la administración del inventario, siendo fundamental que la oficina se asegure de contar con suficientes medicamentos y suministros para satisfacer la demanda de los consumidores. Del mismo modo, estos centros deben lidiar con la creciente competencia en el mercado. Con la expansión de grandes cadenas farmacéuticas y la popularidad de la venta online, es importante para las farmacias locales ofrecer servicios personalizados y perfeccionar la atención al cliente.

En base a esto, la Maestría tiene un enorme valor para el directivo, gestor o profesional de la farmacia, quien se actualizará con garantías sobre las responsabilidades organizativas de esta oficina. Esto le permitirá posicionarla de forma competitiva sobre otras, maximizando sus beneficios.

Para tal fin, el alumno profundizará en los acuerdos de gestión clínica y económica de la oficina de farmacia, en la gestión óptima de su inventario o en sus procesos administrativos. Además, examinará aspectos clave como la responsabilidad social en la industria farmacéutica o el manejo de los equipos de trabajo.

Se trata de una alta preparación que catapultará al alumno para permitirle alcanzar el éxito en este sector, algo que hará sin necesidad de salir de casa. De hecho, ni siquiera tendrá que someterse a horarios predeterminados, siendo él quien administre sus tiempos de estudio.





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

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

“

Las farmacias necesitan a profesionales como tú para asegurar una exitosa gestión económica-financiera, ¡da el siguiente paso en tu carrera!”

02

Plan de estudios

La puesta al día en esta materia estará garantizada gracias al temario con la visión más actual y completa de esta área que es posible encontrar en el mercado. De hecho, todos y cada uno de los módulos han sido supervisados por el equipo docente para que contengan las claves que harán sobresalir a los alumnos. De este modo, cualquier meta que el estudiante se proponga al finalizar la Maestría la alcanzará mediante las herramientas de liderazgo y dirección en este sector en las que profundizará.



“

*Cursando esta Maestría no habrá nadie mejor
que tú negociando con los proveedores”*

Esta Maestría ofrecerá numerosas ventajas al alumnado. Una de ellas trata sobre las posibilidades que brinda su carácter online, pues el estudiante no tendrá que renunciar en ningún momento a su actividad profesional. Es, en este sentido, una alta preparación sumamente compaginable. Además, durante los 20 meses de experiencia académica, el alumno contará con las últimas tecnologías educativas a su servicio.

Dichas innovaciones en su proceso académico le supondrán que su período lectivo sea mucho más eficiente que el de las enseñanzas convencionales. En ello jugará un significativo papel el *Relearning*, la metodología de TECH que asegura la interiorización de cada concepto en base a su reiteración en diferentes formatos. Vídeos, esquemas interactivos, casos prácticos o lecturas complementarias son solo algunas de estas modalidades, que impulsarán su desempeño en la Maestría.



Un plan de estudios que no se deja nada atrás; desde la comunicación interna de la farmacia hasta los programas de fidelización de los clientes”

Módulo 1	La gestión responsable de la oficina de farmacia
Módulo 2	Gestión económica-financiera de la oficina de farmacia
Módulo 3	Dirección y gestión de los recursos humanos en la oficina de farmacia
Módulo 4	Optimización de los procesos de compra y logística de la oficina de farmacia
Módulo 5	La gestión del cliente
Módulo 6	Mercadotecnia farmacéutica
Módulo 7	Ventas en la oficina de farmacia
Módulo 8	Comunicación en la oficina de farmacia
Módulo 9	Gestión de los servicios profesionales de la oficina de farmacia
Módulo 10	Gestión de la calidad en la oficina de farmacia



Dónde, cuándo y cómo se imparte

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

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

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

“

Aportarás valor a tus clientes gracias a tu excepcional dominio de la mercadotecnia relacional en la farmacia”

Módulo 1. La gestión responsable de la oficina de farmacia

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

Módulo 5. La gestión del cliente

- 5.1. La farmacia como un espacio para la gestión de la salud
 - 5.1.1. Organización y gestión en salud
 - 5.1.2. Importancia del desarrollo de servicios cliente/paciente
 - 5.1.3. El farmacéutico y la salud pública
- 5.2. La comunicación para el abordaje del binomio cliente/paciente
 - 5.2.1. La comunicación con los pacientes
 - 5.2.2. La comunicación del farmacéutico con el médico y paciente
 - 5.2.3. Herramientas para una mejor comunicación cliente/paciente

- 5.3. Segmentación de clientes
 - 5.3.1. Qué es la segmentación de clientes
 - 5.3.2. Tipos de segmentación de clientes
 - 5.3.3. Segmentación de clientes aplicaciones prácticas
- 5.4. Fundamentos del comportamiento
 - 5.4.1. Comportamiento individual y organizacional
 - 5.4.2. Actitudes y congruencia
 - 5.4.3. Compromiso organizacional
 - 5.4.4. Inteligencia emocional
 - 5.4.5. Condicionamiento operante
- 5.5. Psicología y comportamiento del consumidor
 - 5.5.1. Comportamiento del consumidor: aportaciones de la psicología
 - 5.5.2. ¿Cómo influye la psicología en el comportamiento del consumidor?
 - 5.5.3. Modelos de la psicología del consumidor
- 5.6. Responsabilidad profesional, motor de la gestión
 - 5.6.1. La responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica
 - 5.6.2. Gestión la responsabilidad penal de las farmacias
 - 5.6.3. Responsabilidad profesional del farmacéutico
- 5.7. Cliente habitual y nuevo cliente
 - 5.7.1. Tipos de clientes
 - 5.7.2. ¿Cómo clasificar y segmentar a los clientes?
 - 5.7.3. ¿Qué es un cliente potencial y cómo convertirlo en cliente real?
- 5.8. Programas de fidelización de clientes
 - 5.8.1. ¿Qué son los programas de fidelización?
 - 5.8.2. Programa de fidelización y retención de clientes
 - 5.8.3. Plataforma de fidelización de clientes

- 5.9. Atención al cliente
 - 5.9.1. Servicio al cliente: qué es y cómo mejorarlo
 - 5.9.2. Servicio al cliente: estrategia y tendencias
 - 5.9.3. Servicio al cliente: elementos e importancia
- 5.10. Manejo de conflictos y estrés
 - 5.10.1. Técnicas de resolución de problemas para el manejo de estrés
 - 5.10.2. El estrés y el conflicto en las organizaciones
 - 5.10.3. Manejo de conflictos laborales

Módulo 6. Mercadotecnia farmacéutica

- 6.1. Fundamentos de mercadotecnia
 - 6.1.1. Mercado
 - 6.1.2. Cliente y sus necesidades
 - 6.1.3. Producto
 - 6.1.4. Estrategia de mercadotecnia
 - 6.1.5. Fundamentos de la mercadotecnia digital
- 6.2. La mercadotecnia farmacéutica y relacional
 - 6.2.1. La mercadotecnia relacional en la industria farmacéutica
 - 6.2.2. Cómo aportar valor al paciente: mercadotecnia relacional en la farmacia
 - 6.2.3. Plan de mercadotecnia relacional para la farmacia en salud
- 6.3. Mercados. Posicionamiento
 - 6.3.1. Qué es el posicionamiento del mercado
 - 6.3.2. Estrategias de posicionamiento del mercado
 - 6.3.3. Segmentación y posicionamiento del mercado
- 6.4. Investigación de mercados en la oficina de farmacia
 - 6.4.1. Utilidad de los estudios de mercado en el sector farmacéutico
 - 6.4.2. La investigación de mercado en la industria Farmacéutica
 - 6.4.3. La función comercial en la oficina de farmacia

- 6.5. Comercialización farmacéutica: ofertas y comunicación
 - 6.5.1. Comunicación estratégica y mercadotecnia farmacéutica
 - 6.5.2. Plan de negocios para la comercialización de un producto farmacéutico
 - 6.5.3. El futuro de la comercialización digital farmacéutica
- 6.6. Publicidad y Promoción
 - 6.6.1. Diferencia entre publicidad y promoción
 - 6.6.2. Estrategias de publicidad
 - 6.6.3. Estrategias de promoción
- 6.7. Digitalización de la farmacia: del 1.0 al 3.0
 - 6.7.1. La digitalización que las farmacias demandan
 - 6.7.2. Digitalización, el gran reto de las farmacias
 - 6.7.3. La digitalización clave para el futuro de las farmacias
- 6.8. Mercadotecnia Estratégica
 - 6.8.1. Concepto
 - 6.8.2. Funciones
 - 6.8.3. Beneficios
- 6.9. Micromercadotecnia
 - 6.9.1. Micromercadotecnia y geomercadotecnia
 - 6.9.2. Niveles de la micromercadotecnia
 - 6.9.3. Cómo se utiliza la micromercadotecnia
- 6.10. Mercadotecnia de contenidos
 - 6.10.1. Social
 - 6.10.2. En línea
 - 6.10.3. Impresos
 - 6.10.4. Multimedia

Módulo 7. Ventas en la oficina de farmacia

- 7.1. Psicología y técnicas de venta
 - 7.1.1. Concepto
 - 7.1.2. Técnicas psicológicas de venta
 - 7.1.3. Técnicas de venta en farmacia
- 7.2. Ciclo de ventas
 - 7.2.1. ¿Qué es el ciclo de venta y la aceleración del ciclo de venta?
 - 7.2.2. Etapas del ciclo de ventas
 - 7.2.3. Fases del ciclo de ventas
- 7.3. Previsión de ventas
 - 7.3.1. ¿Qué es la previsión de venta?
 - 7.3.2. Cómo realizar una previsión de ventas
 - 7.3.3. Beneficios de la previsión de ventas
- 7.4. Políticas de fijación de precio
 - 7.4.1. Políticas de precios
 - 7.4.2. Estrategias y políticas en la fijación de precios
 - 7.4.3. Políticas para la fijación de precios de venta
- 7.5. Tipologías de productos
 - 7.5.1. Clasificación de productos
 - 7.5.2. Características de productos
 - 7.5.3. Tipos de producto
- 7.6. Orientación a la rentabilidad de los productos
 - 7.6.1. Análisis de rentabilidad en el mercado
 - 7.6.2. La orientación al mercado y sus efectos en los resultados
 - 7.6.3. La orientación al mercado: evolución y medición

- 7.7. Tipologías de compras y clientes
 - 7.7.1. Tipos de compras para cada cliente
 - 7.7.2. El comportamiento del consumidor y los tipos de compra
 - 7.7.3. Tipos de compra
- 7.8. Venta cruzada y venta aumentada
 - 7.8.1. Venta cruzada: el arte de incrementar las ventas
 - 7.8.2. Ventas aumentadas
 - 7.8.3. Producto complementario y producto de mejora u optimización
- 7.9. Situaciones comprometidas
 - 7.9.1. Administración de la fuerza de ventas
 - 7.9.2. El vendedor actual y los métodos de ventas
 - 7.9.3. Estrategias
- 7.10. Administración del comercio electrónico digital
 - 7.10.1. El comercio electrónico
 - 7.10.2. Del comercio electrónico a la administración electrónica
 - 7.10.3. Administración electrónica y comercio electrónicos

Módulo 8. Comunicación en la oficina de farmacia

- 8.1. Características de la comunicación
 - 8.1.1. Habilidades comunicativas
 - 8.1.2. El médico como comunicador
 - 8.1.3. Comunicación estratégica en las empresas de salud
 - 8.1.4. Pauta publicitaria de salud en los medios masivos: responsabilidad compartida
- 8.2. Concepto y valor de la comunicación interna
 - 8.2.1. Concepto
 - 8.2.2. Tipos
 - 8.2.3. Objetivos
- 8.3. Comunicación con empleados
 - 8.3.1. Comunicación ámbito laboral
 - 8.3.2. Principios básicos de la comunicación
 - 8.3.3. Asesoramiento a los empleados
- 8.4. Gestión de conflictos
 - 8.4.1. Cómo resolverlos adecuadamente
 - 8.4.2. Técnicas de gestión de conflictos
 - 8.4.3. Manual de gestión y resolución de conflictos
- 8.5. Liderazgo y gestión de equipos
 - 8.5.1. La gestión de equipos de trabajo y liderazgo
 - 8.5.2. Técnicas de gestión de equipos y liderazgo
 - 8.5.3. Habilidades para el liderazgo de equipos
- 8.6. Comunicación con el cliente
 - 8.6.1. Claves de una comunicación efectiva con el cliente
 - 8.6.2. La comunicación con los clientes
 - 8.6.3. Comunicación con el cliente: la importancia del cómo, cuándo y qué
- 8.7. La imagen de la oficina de farmacia
 - 8.7.1. Imagen de la oficina de farmacia como comercio
 - 8.7.2. Construir la imagen corporativa de la farmacia
 - 8.7.3. Imagen corporativa de la farmacia: elementos clave
- 8.8. Soportes técnicos de comunicación
 - 8.8.1. Soporte técnico presencial
 - 8.8.2. Técnicas de comunicación con los medios
 - 8.8.3. Herramientas del soporte técnico de comunicación
- 8.9. Estrategias para actuar en las redes sociales
 - 8.9.1. Estrategias de mercado
 - 8.9.2. Planificación y publicación
 - 8.9.3. Gestión de crisis en redes sociales
- 8.10. Mercadotecnia digital para captar y fidelizar clientes.
 - 8.10.1. Estrategias para fidelizar clientes con mercadotecnia digital
 - 8.10.2. Estrategias para captar y fidelizar clientes
 - 8.10.3. Cómo fidelizar a los clientes de una tienda en línea

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

- 9.1. Habilidades directivas
 - 9.1.1. Manejo de conflicto y estrés
 - 9.1.2. Control organizacional
 - 9.1.3. Modelo de control correctivo
- 9.2. Servicios que se pueden desarrollar en la farmacia
 - 9.2.1. Clasificación de servicios
 - 9.2.2. Definición de los servicios básicos, complementarios y colaborativos del farmacéutico
 - 9.2.3. Cartera de servicios en farmacia
 - 9.2.4. Servicios en la oficina de farmacia
- 9.3. Selección e implementación de servicios
 - 9.3.1. Servicios de selección
 - 9.3.2. Selección e implantación de un sistema de gestión de servicios
 - 9.3.3. Etapas de implementación para soluciones de servicio
- 9.4. Requerimientos para el desarrollo de los servicios
 - 9.4.1. Contexto
 - 9.4.2. Conocimiento
 - 9.4.3. Interés
 - 9.4.4. Espacio
 - 9.4.5. Recursos
- 9.5. Oferta y seguimiento de los servicios
 - 9.5.1. La importancia del seguimiento comercial
 - 9.5.2. La importancia del desarrollo de servicios para la farmacia
 - 9.5.3. Servicio de seguimiento farmacoterapéutico en farmacia
- 9.6. Gestión económica de los servicios
 - 9.6.1. La gestión económica y de servicios
 - 9.6.2. Eficacia y eficiencia de la gestión económica de servicios
 - 9.6.3. Claves para optimizar la gestión económica y financiera

- 9.7. Control como actividad de gestión
 - 9.7.1. Tipos y fuentes de control
 - 9.7.2. La función de control en las organizaciones
 - 9.7.3. Control burocrático
- 9.8. Generalidades de la acreditación en farmacia
 - 9.8.1. Definición
 - 9.8.2. Tipos de acreditación
 - 9.8.3. Procesos generales
- 9.9. Componentes a evaluar
 - 9.9.1. Laboratorio clínico
 - 9.9.2. Esterilización
 - 9.9.3. Farmacia
- 9.10. El sistema Nacional Farmacéutico
 - 9.10.1. Marco Jurídico del Sector Farmacéutico
 - 9.10.2. Reformas en farmacia y equipamiento
 - 9.10.3. Fomento Sanitario
 - 9.10.4. Jerarquía Normativa en farmacia
 - 9.10.5. Ley Federal del procedimiento administrativo
 - 9.10.6. Ley Federal del trabajo

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

- 10.1. La calidad
 - 10.1.1. Norma del Sistema de Gestión de la Calidad ISO-9001
 - 10.1.2. Calidad en la oficina de farmacia
 - 10.1.3. Información de calidad de farmacia
- 10.2. Calidad en el campo de salud
 - 10.2.1. Evolución del pensamiento sanitario
 - 10.2.2. Evolución del modelo industrial
 - 10.2.3. Servicios de salud como empresas
- 10.3. Certificaciones de calidad de la oficina de farmacia
 - 10.3.1. Norma del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 y protocolos de actuación
 - 10.3.2. Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001
 - 10.3.3. Procesos de certificación

- 10.4. Gestión Estratégica y de Calidad Total (TQM)
 - 10.4.1. Objetivo de la gestión estratégica y de calidad (TQM)
 - 10.4.2. Modelo de gestión de calidad total en la estrategia corporativa
 - 10.4.3. Calidad Total (TQM) y mejora continua
- 10.5. Puntos de control e Indicadores de mejora
 - 10.5.1. Control e indicadores de gestión para el desarrollo empresarial
 - 10.5.2. Control y mejora continua de procesos
 - 10.5.3. Los indicadores clave para la mejora de procesos
- 10.6. Identificación de nichos estratégicos y ventajas competitivas
 - 10.6.1. Mercados de nichos
 - 10.6.2. Estrategias de nichos
 - 10.6.3. Beneficios de nichos
- 10.7. Cuadro de mandos
 - 10.7.1. ¿Qué es y para qué sirve un cuadro de mandos?
 - 10.7.2. Cuadro de mando integral
 - 10.7.3. Cuadro de mando de una empresa
- 10.8. Gestión orientada a la efectividad, eficiencia y productividad en la oficina de farmacia
 - 10.8.1. Transcendencia de la gestión de calidad en la oficina de farmacia
 - 10.8.2. Guías de práctica en la oficina de farmacia
 - 10.8.3. Indicadores de evaluación
- 10.9. Pensamiento sistémico
 - 10.9.1. Significado del pensamiento sistémico
 - 10.9.2. Pensamiento sistémico a nivel personal
 - 10.9.3. Pensamiento sistémico organizacional
- 10.10. Planificación y gestión estratégica
 - 10.10.1. ¿Qué es y para qué sirve?
 - 10.10.2. Planificación estratégica
 - 10.10.3. Gestión estratégica





“*¿Buscabas un título con el que analizar y predecir el comportamiento de los clientes? ¡Con esta Maestría impulsarás drásticamente las ventas en la farmacia!*”

03

Objetivos

Las de por sí amplias destrezas del directivo o gerente que curse esta titulación quedarán tan perfeccionadas que el éxito de la farmacia será un hecho constatable al acabar la Maestría. En este sentido, el programa nace para impulsar su liderazgo y optimizar los procesos de gestión de las oficinas de farmacia, algo que redundará en una actualización de su metodología de trabajo en base a criterios de eficacia.





“

Con estos objetivos implementarás nuevos servicios que tus clientes no podrán esperar a probar. ¡Inscríbete ahora!”



Objetivos generales

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



Objetivos específicos

Módulo 1. La gestión responsable de la oficina de farmacia

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

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

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

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

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

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

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

Módulo 5. La gestión del cliente

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

Módulo 6. Mercadotecnia farmacéutica

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

Módulo 7. Ventas en la oficina de farmacia

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

Módulo 8. Comunicación en la oficina de farmacia

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

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

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

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

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



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

04

Competencias

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

Te damos +



“

Obtendrás las competencias más elevadas en el control organizacional y en el diagnóstico de problemas habituales en las farmacias”



Competencias generales

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





“

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

05

¿Por qué nuestro programa?

Cursar esta titulación supondrá toda una declaración de intenciones por parte del alumno, pues si en algo es especialista TECH es en lanzar la carrera profesional de sus egresados. No en vano, la Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia es una fantástica ocasión para actualizarse con herramientas innovadoras y de la mano de expertos del sector que aportarán claves en las que el estudiante profundizará largo y tendido.





“

Cuando quieras y donde quieras; cursa esta titulación con todas las facilidades que puedas imaginar y lanza tu carrera en un área de amplísima demanda”

01

Orientación 100% laboral

Con esta Maestría, el estudiante tendrá acceso a actualizados materiales didácticos sobre la oficina de farmacia y su gestión. Todos ellos, además, concebidos con un enfoque eminentemente práctico, pues el alumno se someterá a problemas comunes en esta materia que tendrá que solventar poniendo al límite sus destrezas.

02

La mejor institución

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

03

Titulación directa

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

04

Los mejores recursos pedagógicos 100% en línea

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

05

Educación adaptada al mundo real

TECH Universidad mostrará al alumno todas las claves que le permitirán desenvolverse con garantías en un campo complejo y con tantas especificidades como el sector farmacéutico. Además, se pondrá el foco en elementos fundamentales como la gestión de Recursos Humanos o los procesos de Marketing, lo que facilitará que el egresado asuma un nivel de responsabilidad superior.

06

Aprender idiomas y obtener su certificado oficial

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



07

Potenciar tus habilidades directivas

El dominio del ámbito farmacológico es importante en esta materia, pero TECH es consciente de que solo con esto es muy complicado llevar a una farmacia al éxito. Es por ello que las herramientas que proporciona la universidad fortalecerán las habilidades directivas del alumno en base a avanzadas estrategias con las que establecerá sistemas de gestión de calidad altamente eficaces.

08

Actualización de garantías

En TECH Universidad, el profesional adquirirá una visión global en la dirección de farmacias que le valdrá tanto para desenvolverse con soltura en oficinas de carácter local como pertenecientes a grandes cadenas farmacéuticas. Por ello, es una fantástica oportunidad para posicionarse como un profesional referente en este campo.

09

Formar parte de una comunidad exclusiva

Matriculándose en TECH, el alumno contará con acceso a una comunidad de profesionales de élite, grandes instituciones farmacéuticas y profesores de amplia experiencia en el sector procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH.

06

Salidas profesionales

La adquisición de las competencias de esta Maestría supondrá todo un espaldarazo para el directivo o gerente, de tal modo que habrá profundizado en los elementos sobre los que se cimentará una gestión referente de las oficinas de farmacia. Esto implica que abordará con éxito cualquier desafío o problemática habitual en este campo, convirtiéndose en un profesional muy cotizado para el sector.

Upgrading...



“

Un mundo de posibilidades surgirá ante ti tras finalizar la Maestría, convirtiéndote en el directivo actualizado que necesita el sector farmacéutico”

Perfil profesional

Una vez completado el título, los egresados pueden optar por una variedad de salidas profesionales. Una posibilidad es trabajar como gerentes de una farmacia, siendo responsables de la dirección y gestión de todos los aspectos del negocio. Esto incluye el personal, los pedidos de suministros, el mantenimiento de registros y la relación con los clientes.

Otra alternativa es trabajar como asesores de empresas farmacéuticas, proporcionando conocimientos especializados sobre la gestión de la oficina de farmacia y sus productos. Además, los egresados también pueden desempeñarse en departamentos de Marketing, ventas o innovación de la industria. Asimismo, tampoco es desdeñable una incursión en el sector público, desarrollándose en los principales organismos reguladores de medicamentos a nivel europeo y mundial.

Perfil investigativo

En el ámbito de la investigación, los alumnos egresados se encontrarán ante la ocasión de formar parte de proyectos que trabajen en políticas públicas de salud relacionadas con el ámbito farmacéutico. Algunas líneas sobre ellos pueden ser la regulación de los precios de los medicamentos, la mejora de los sistemas de prescripción y dispensación o el análisis del impacto económico y social de los fármacos.

Por otro lado, otro campo de investigación que pueden explorar es el de la gestión de la salud y la Farmacoeconomía. En esta área, desempeñarán un papel clave en la identificación y evaluación de estrategias que mejoren la calidad de la atención sanitaria, así como la eficiencia en la gestión de los recursos en el sector farmacéutico.





Perfil ocupacional y campo de acción

Tras la exitosa consecución de los objetivos del título, el alumnado verá cómo se han potenciado sus habilidades de liderazgo, organización y conocimientos técnicos en el ámbito farmacéutico.

Así, estará en disposición de desempeñar cualquiera de los siguientes puestos de trabajo:

- ◆ Director de organismos públicos del ámbito sanitario y farmacéutico
- ◆ Gerente de farmacia
- ◆ Consultor farmacéutico
- ◆ Directivo de empresas farmacéuticas
- ◆ Coordinador de oficinas de cadenas farmacéuticas
- ◆ Responsable de departamento financiero, de innovación, Marketing o Recursos Humanos en empresas farmacéuticas

“

*Directivo en empresas farmacéuticas,
director de organismos públicos... Todo
cuanto soñaste está a tu alcance con
esta Maestría”*

07

Idiomas gratuitos

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





“

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

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

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

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

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



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





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



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

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



08

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: *el Relearning*.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el *New England Journal of Medicine*.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“

Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

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

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



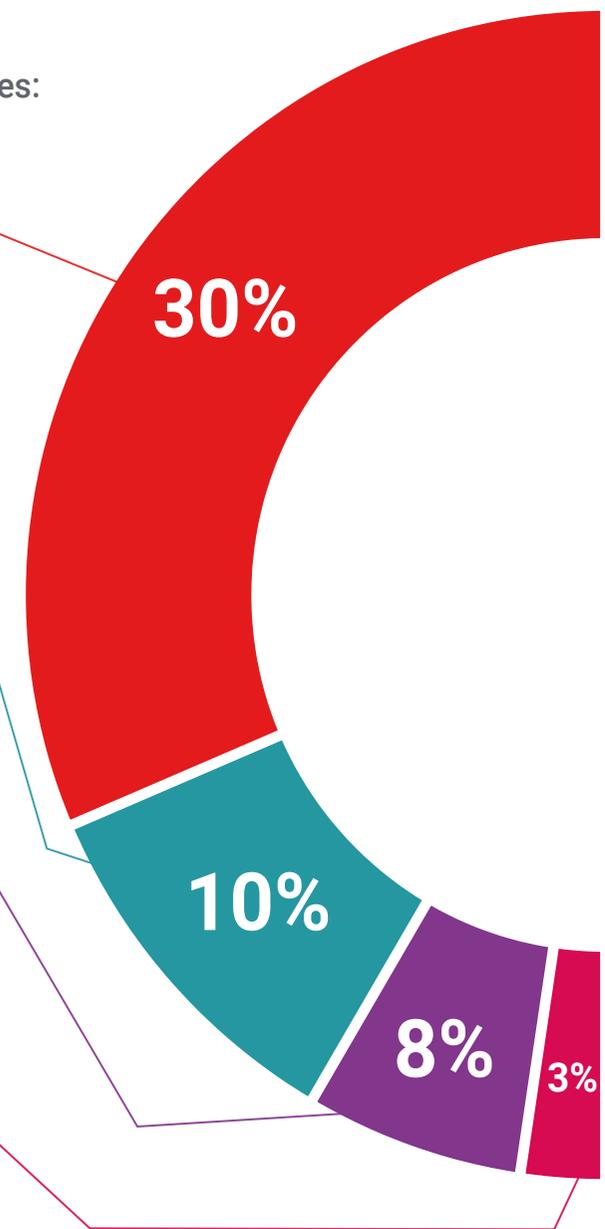
Prácticas de habilidades directivas

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



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



09

Dirección del curso

TECH ha atendido a la realidad del sector farmacéutico para incorporar al cuadro docente de esta Maestría a los expertos con mejor perfil. En este sentido, la universidad ha reunido a especialistas con una extensa experiencia en farmacias del sector público y privado. Además, estos profesores se han consolidado como referencias en el ámbito investigador, contando con publicaciones en revistas científicas de alto impacto.





“

Expertos que han realizado importantes contribuciones en revistas científicas de gran impacto supervisarán tu progreso académico”

Dirección



Dña. Aunión Lavarías, María Eugenia

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



10

Requisitos de acceso y proceso de admisión

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





“

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

Requisitos de acceso

Los programas con Registro de Validez Oficial de Estudios registrados ante la Autoridad Educativa, requieren de un perfil académico de ingreso que es requisito indispensable para poder realizar la inscripción.

Para poder acceder a los estudios de Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia es necesario haber concluido una licenciatura o equivalente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener nunca el título de Maestría.

Proceso de admisión

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

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

Una vez que llegue el momento podrás contar con nuestro soporte, si te hace falta. Todos los documentos que nos facilites deberán ser rigurosamente ciertos y estar en vigor en el momento en que los envías.

“

Ingresas al programa de maestría de forma rápida y sin complicarte en trámites administrativos. Para que empieces a capacitarte desde el primer momento”



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

Estudiantes con estudios universitarios realizados en México

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

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

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

Estudiantes con estudios universitarios realizados fuera de México

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

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

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

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

11

Titulación

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



“

Consigue tu título y cédula profesional evitando trámites y complicaciones. TECH Universidad realizará todas las gestiones por ti”

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

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

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

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



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

Nº de RVOE: **20230363**

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

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

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

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

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

TECH Universidad se hará cargo de todos los trámites.





Nº de RVOE: 20230363

**Maestría
Dirección y Gestión
de la Oficina de Farmacia**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **20 meses**

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

Maestría

Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR



tech
universidad