

Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

TECH es miembro de:



tech global
university



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

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

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

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 20

05

Salidas profesionales

pág. 26

06

Metodología de estudio

pág. 30

07

Cuadro docente

pág. 40

08

Titulación

pág. 62

01

Presentación del programa

La Dirección y Gestión de Farmacias es un pilar fundamental dentro del sector sanitario, ya que garantiza la correcta administración de recursos, la optimización de la logística y la excelencia en la atención al cliente. A medida que el mercado evoluciona, la digitalización y la gestión estratégica se vuelven esenciales para mejorar la rentabilidad y competitividad de estas instituciones. En este contexto, TECH ha creado un innovador programa universitario que ofrece una visión integral de la administración de una Oficina de Farmacia, abarcando desde la gestión financiera y la optimización del stock hasta estrategias de marketing y fidelización de clientes. A su vez, se imparte en una cómoda modalidad online que se adapta a la agenda de especialistas ocupados.





“

Gracias a este MBA 100% online, gestionarás de forma eficiente la Oficina de Farmacia y tomarás decisiones orientadas a la mejora de la eficiencia operativa”

Las Oficinas de Farmacia no solo cumplen una función dispensadora de medicamentos, sino que también deben gestionar múltiples procesos administrativos, financieros y comerciales. En este sentido, la correcta administración de inventarios, la negociación con proveedores y la aplicación de estrategias de fidelización son aspectos clave para garantizar el éxito y la sostenibilidad del negocio. Por ello, los especialistas necesitan dominar las estrategias más innovadoras para mejorar la eficiencia operativa, el rendimiento económico y la satisfacción del cliente dentro del marco de los servicios farmacéuticos.

Con esta idea en mente, TECH presenta un revolucionario MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia. El itinerario académico proporcionará a los especialistas herramientas avanzadas para optimizar la gestión económica-financiera, permitiendo el análisis de ratios, la administración del presupuesto de capital y la gestión de riesgos financieros. En sintonía con esto, el programa universitario ahondará en el liderazgo y la organización del equipo, abordando aspectos como la selección de personal, la motivación laboral y la prevención de riesgos. También se exploran modelos de comunicación interna y estrategias para la gestión del talento, asegurando un entorno de trabajo eficiente y productivo.

Gracias a su metodología 100% online, este programa permite a los egresados adaptar el estudio a su ritmo sin restricciones de horarios. Los materiales estarán disponibles las 24 horas del día y podrán descargarse para su consulta en cualquier momento. Con un enfoque innovador basado en la aplicación práctica de conocimientos, los egresados estarán preparados para asumir roles de liderazgo en la gestión farmacéutica y enfrentar los desafíos del sector con una visión estratégica y digitalizada.

Por otro lado, el plan de estudios incluirá unas *Masterclasses* de alta intensidad impartidas por unos reconocidos Directores Invitados Internacionales.

Este **MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Unos prestigiosos Directores Invitados internacionales ofrecerán unas exclusivas Masterclasses para analizar las últimas tendencias en la Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia”

“

Profundizarás en la gestión de calidad y el cumplimiento normativo, lo que te permitirá asegurar que la Oficina de Farmacia cumpla con las regulaciones legales vigentes”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y 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.

Estarás altamente preparado para gestionar el ciclo de vida de los productos farmacéuticos, desde la adquisición y almacenamiento hasta la venta.

Con el sistema Relearning que emplea TECH reducirás las largas horas de estudio y memorización.



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».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

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.

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.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

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 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.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

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

Líderes en empleabilidad

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



Google Partner Premier

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



La universidad mejor valorada por sus alumnos

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



03

Plan de estudios

Este programa universitario ha sido diseñado por expertos en Dirección y Gestión Farmacéutica, proporcionando una visión integral de la administración de Farmacias. A lo largo del temario, los egresados desarrollarán habilidades en gestión económica-financiera, incluyendo análisis de ratios, gestión de inventarios y negociación con proveedores. También profundizarán en recursos humanos, abordando la organización del equipo, liderazgo y comunicación interna. Además, adquirirán competencias en marketing farmacéutico, ventas y fidelización de clientes, permitiéndoles optimizar la rentabilidad y la competitividad del negocio.





“

Dispondrás de un conocimiento integral sobre la gestión financiera farmacéutica, incluyendo aspectos como la rentabilidad o la optimización de inventarios”

Módulo 1. La Gestión Responsable de la Oficina de Farmacia

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

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

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

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

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



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

- 4.1. Los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento
- 4.2. La compra
- 4.3. Gestión y negociación de proveedores
- 4.4. La cadena de distribución
- 4.5. El surtido de productos
- 4.6. La gestión del surtido
- 4.7. Gestión de compras
- 4.8. Gestión del *stock*
- 4.9. Los productos
- 4.10. Promoción y lanzamiento de novedades

Módulo 5. La Gestión del cliente/paciente

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

Módulo 6. Marketing farmacéutico

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

Módulo 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

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

Módulo 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

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

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

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

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

- 10.1. La calidad
- 10.2. Certificaciones de calidad de la Oficina de Farmacia
- 10.3. Gestión estratégica y de calidad total (TQM)

- 10.4. Puntos de control e Indicadores de mejora
- 10.5. Identificación de nichos estratégicos y ventajas competitivas
- 10.6. Cuadro de mandos

Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- 11.1. Globalización y Gobernanza
 - 11.1.1. Gobernanza y Gobierno Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos del Gobierno Corporativo en las empresas
 - 11.1.3. El Rol del Consejo de Administración en el marco del Gobierno Corporativo
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concepto de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Aportaciones al Conocimiento de Culturas Nacionales
 - 11.2.3. Gestión de la Diversidad
- 11.3. Desarrollo directivo y liderazgo
 - 11.3.1. Concepto de Desarrollo Directivo
 - 11.3.2. Concepto de Liderazgo
 - 11.3.3. Teorías del Liderazgo
 - 11.3.4. Estilos de Liderazgo
 - 11.3.5. La inteligencia en el Liderazgo
 - 11.3.6. Los desafíos del líder en la actualidad
- 11.4. Ética empresarial
 - 11.4.1. Ética y Moral
 - 11.4.2. Ética Empresarial
 - 11.4.3. Liderazgo y ética en las empresas
- 11.5. Sostenibilidad
 - 11.5.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Las empresas sostenibles
- 11.6. Sistemas y herramientas de Gestión responsable
 - 11.6.1. RSC: La responsabilidad social corporativa
 - 11.6.2. Aspectos esenciales para implantar una estrategia de gestión responsable
 - 11.6.3. Pasos para la implantación de un sistema de gestión de responsabilidad social corporativa
 - 11.6.4. Herramientas y estándares de la RSC

- 11.7. Multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.1. Globalización, empresas multinacionales y derechos humanos
 - 11.7.2. Empresas multinacionales frente al derecho internacional
 - 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionales en materia de derechos humanos
- 11.8. Entorno legal y *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Normas internacionales de importación y exportación
 - 11.8.2. Propiedad intelectual e industrial
 - 11.8.3. Derecho Internacional del Trabajo

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- 12.1. Dirección Estratégica de personas
 - 12.1.1. Dirección Estratégica y recursos humanos
 - 12.1.2. Dirección estratégica de personas
- 12.2. Gestión de recursos humanos por competencias
 - 12.2.1. Análisis del potencial
 - 12.2.2. Política de retribución
 - 12.2.3. Planes de carrera/sucesión
- 12.3. Evaluación del rendimiento y gestión del desempeño
 - 12.3.1. La gestión del rendimiento
 - 12.3.2. Gestión del desempeño: objetivos y proceso
- 12.4. Desarrollo de equipos de alto desempeño
 - 12.4.1. Los equipos de alto desempeño: los equipos autogestionados
 - 12.4.2. Metodologías de gestión de equipos autogestionados de alto desempeño
- 12.5. Gestión del cambio
 - 12.5.1. Gestión del cambio
 - 12.5.2. Tipo de procesos de gestión del cambio
 - 12.5.3. Etapas o fases en la gestión del cambio
- 12.6. Negociación y gestión de conflictos
 - 12.6.1. Negociación
 - 12.6.2. Gestión de Conflictos
 - 12.6.3. Gestión de Crisis
- 12.7. Comunicación directiva
 - 12.7.1. Comunicación interna y externa en el ámbito empresarial
 - 12.7.2. Departamentos de Comunicación
 - 12.7.3. El responsable de comunicación de la empresa. El perfil del Dircom

- 12.8. Productividad, atracción, retención y activación del talento
 - 12.8.1. La productividad
 - 12.8.2. Palancas de atracción y retención de talento

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- 13.1. Entorno Económico
 - 13.1.1. Entorno macroeconómico y el sistema financiero nacional
 - 13.1.2. Instituciones financieras
 - 13.1.3. Mercados financieros
 - 13.1.4. Activos financieros
 - 13.1.5. Otros entes del sector financiero
- 13.2. Contabilidad Directiva
 - 13.2.1. Conceptos básicos
 - 13.2.2. El Activo de la empresa
 - 13.2.3. El Pasivo de la empresa
 - 13.2.4. El Patrimonio Neto de la empresa
 - 13.2.5. La Cuenta de Resultados
- 13.3. Sistemas de información y *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos y clasificación
 - 13.3.2. Fases y métodos de reparto de costes
 - 13.3.3. Elección de centro de costes y efecto
- 13.4. Presupuesto y Control de Gestión
 - 13.4.1. El modelo presupuestario
 - 13.4.2. El Presupuesto de Capital
 - 13.4.3. La Presupuesto de Explotación
 - 13.4.4. El Presupuesto de Tesorería
 - 13.4.5. Seguimiento del Presupuesto
- 13.5. Dirección Financiera
 - 13.5.1. Las decisiones financieras de la empresa
 - 13.5.2. El departamento financiero
 - 13.5.3. Excedentes de tesorería
 - 13.5.4. Riesgos asociados a la dirección financiera
 - 13.5.5. Gestión de riesgos de la dirección financiera

- 13.6. Planificación Financiera
 - 13.6.1. Definición de la planificación financiera
 - 13.6.2. Acciones a efectuar en la planificación financiera
 - 13.6.3. Creación y establecimiento de la estrategia empresarial
 - 13.6.4. El cuadro *Cash Flow*
 - 13.6.5. El cuadro de circulante
- 13.7. Estrategia Financiera Corporativa
 - 13.7.1. Estrategia corporativa y fuentes de financiación
 - 13.7.2. Productos financieros de financiación empresarial
- 13.8. Financiación Estratégica
 - 13.8.1. La autofinanciación
 - 13.8.2. Ampliación de fondos propios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiación a través de intermediarios
- 13.9. Análisis y planificación financiera
 - 13.9.1. Análisis del Balance de Situación
 - 13.9.2. Análisis de la Cuenta de Resultados
 - 13.9.3. Análisis de la Rentabilidad
- 13.10. Análisis y resolución de casos/problemas
 - 13.10.1. Información financiera de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. *Management Directivo*

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Concepto de General Management
 - 14.1.2. La acción del Manager General
 - 14.1.3. El Director General y sus funciones
 - 14.1.4. Transformación del trabajo de la Dirección
- 14.2. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
 - 14.2.1. El directivo y sus funciones. La cultura organizacional y sus enfoques
- 14.3. Dirección de operaciones
 - 14.3.1. Importancia de la dirección
 - 14.3.2. La cadena de valor
 - 14.3.3. Gestión de calidad





- 14.4. Oratoria y formación de portavoces
 - 14.4.1. Comunicación interpersonal
 - 14.4.2. Habilidades comunicativas e influencia
 - 14.4.3. Barreras en la comunicación
- 14.5. Herramientas de comunicaciones personales y organizacional
 - 14.5.1. La comunicación interpersonal
 - 14.5.2. Herramientas de la comunicación interpersonal
 - 14.5.3. La comunicación en la organización
 - 14.5.4. Herramientas en la organización
- 14.6. Comunicación en situaciones de crisis
 - 14.6.1. Crisis
 - 14.6.2. Fases de la crisis
 - 14.6.3. Mensajes: contenidos y momentos
- 14.7. Preparación de un plan de crisis
 - 14.7.1. Análisis de posibles problemas
 - 14.7.2. Planificación
 - 14.7.3. Adecuación del personal
- 14.8. Inteligencia emocional
 - 14.8.1. Inteligencia emocional y comunicación
 - 14.8.2. Asertividad, empatía y escucha activa
 - 14.8.3. Autoestima y comunicación emocional
- 14.9. *Branding* Personal
 - 14.9.1. Estrategias para desarrollar la marca personal
 - 14.9.2. Leyes del branding personal
 - 14.9.3. Herramientas de la construcción de marcas personales

04

Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH está diseñado para dotar a los profesionales del sector farmacéutico con conocimientos avanzados en Gestión y Dirección de Oficinas de Farmacia. Al mismo tiempo, los egresados desarrollarán competencias avanzadas para gestionar eficientemente todos los aspectos operativos, financieros y humanos de estas instituciones. De este modo, los profesionales serán capaces de optimizar los recursos, mejorar la rentabilidad y garantizar la calidad del servicio, siempre en cumplimiento con las normativas legales y éticas del sector.





“

Implementarás estrategias de Marketing y Comunicación vanguardistas para potenciar tanto la imagen como la reputación de la Oficina de Farmacia”



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar habilidades de Gestión y Dirección en la Oficina de Farmacia, abarcando desde la administración financiera hasta la planificación estratégica, garantizando un funcionamiento eficiente y competitivo
- ♦ Optimizar la relación con el cliente y la fidelización, aplicando estrategias de marketing farmacéutico, investigación de mercados y gestión de servicios, fortaleciendo el posicionamiento y la rentabilidad del negocio
- ♦ Implementar modelos de logística y aprovisionamiento eficientes, asegurando una correcta gestión de compras, control de inventarios y negociación con proveedores para maximizar la rentabilidad
- ♦ Garantizar altos estándares de calidad y responsabilidad social corporativa, aplicando normativas, certificaciones y estrategias que aseguren la excelencia operativa en la farmacia comunitaria





Objetivos específicos

Módulo 1. La Gestión Responsable de la Oficina de Farmacia

- ♦ Desarrollar estrategias para la implementación de buenas prácticas en la Farmacia comunitaria, garantizando una gestión ética y eficiente del negocio
- ♦ Promover la ética empresarial y la eficiencia operativa para garantizar un servicio de calidad y una rentabilidad sostenible

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

- ♦ Aplicar herramientas de análisis financiero para la gestión del pasivo de la empresa, el patrimonio neto de la empresa y la cuenta de resultados, optimizando la rentabilidad del negocio
- ♦ Ser capaz de garantizar la viabilidad económica del negocio

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

- ♦ Implementar modelos de liderazgo y motivación para el desarrollo de equipos de alto rendimiento,
- ♦ Asegurar una comunicación efectiva y la optimización del talento humano

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

- ♦ Diseñar estrategias de aprovisionamiento eficientes mediante la gestión de compras, negociación con proveedores y control de inventarios
- ♦ Garantizar la disponibilidad de productos y la rentabilidad del negocio

Módulo 5. La Gestión del cliente/paciente

- ♦ Desarrollar programas de fidelización y estrategias de atención al cliente, asegurando una experiencia positiva y una relación de confianza con los pacientes
- ♦ Garantizar la satisfacción de los clientes

Módulo 6. Marketing farmacéutico

- ♦ Implementar estrategias de marketing estratégico y micromarketing en la Oficina de Farmacia
- ♦ Aumentar el posicionamiento y la competitividad de la Oficina de Farmacia en el mercado

Módulo 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

- ♦ Optimizar el proceso de ventas a través de técnicas de venta cruzada y estrategias de digital *e-commerce management*
- ♦ Aumentar la rentabilidad y maximizar las oportunidades comerciales de la Farmacia

Módulo 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

- ♦ Desarrollar habilidades de comunicación efectiva con clientes y empleados, aplicando estrategias de marketing digital y gestión de conflictos
- ♦ Mejorar la interacción con los pacientes y el clima laboral dentro de la Oficina de Farmacia

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

- ♦ Diseñar y ejecutar servicios innovadores en la farmacia, asegurando su viabilidad económica y su impacto positivo en la salud del paciente
- ♦ Optimizar la oferta de valor de la Farmacia

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

- ♦ Implementar sistemas de gestión de calidad basados en el modelo TQM, certificaciones y puntos de control para garantizar la excelencia operativa
- ♦ Establecer puntos de control para garantizar la excelencia operativa y la mejora continua de los servicios de la Oficina de Farmacia



Módulo 11. Liderazgo, Ética y Responsabilidad Social de las Empresas

- ♦ Fomentar la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa
- ♦ Promover la sostenibilidad y el liderazgo en entornos farmacéuticos

Módulo 12. Dirección de Personas y Gestión del Talento

- ♦ Diseñar planes de atracción, retención y activación del talento
- ♦ Asegurar el desarrollo profesional y la competitividad del equipo de trabajo

Módulo 13. Dirección Económico-Financiera

- ♦ Optimizar la gestión del Presupuesto de Capital, la planificación financiera y la estrategia corporativa
- ♦ Garantizar la sostenibilidad financiera del negocio

Módulo 14. Management Directivo

- ♦ Desarrollar habilidades de *general management*, liderazgo estratégico y toma de decisiones
- ♦ Asegurar el crecimiento y la estabilidad de la Oficina de Farmacia

“ Manejarás herramientas de análisis financiero para optimizar la rentabilidad de la Oficina de Farmacia”



05

Salidas profesionales

Este MBA de TECH es una oportunidad excepcional para los profesionales del sector farmacéutico que desean potenciar sus habilidades en gestión y liderazgo. A través de este programa, los egresados estarán preparados para dirigir con éxito oficinas de farmacia, optimizar recursos, implementar estrategias de marketing y mejorar la atención al cliente. Además, contarán con conocimientos avanzados en gestión financiera, logística y calidad, lo que les permitirá acceder a posiciones de mayor responsabilidad dentro del sector.





“

Desarrollarás estrategias innovadoras para garantizar que las Oficinas de Farmacias cuenten con un servicio de primera calidad y una rentabilidad sostenible”

Perfil del egresado

El egresado de este MBA será un profesional capacitado para liderar equipos, gestionar eficientemente oficinas de farmacia y desarrollar estrategias empresariales orientadas al crecimiento. Contará con habilidades en gestión económica-financiera, logística, marketing farmacéutico y recursos humanos, aplicando modelos de liderazgo y ética profesional. Además, estará preparado para gestionar la relación con clientes y proveedores, implementar programas de fidelización y optimizar la rentabilidad del negocio. Este profesional tendrá la capacidad de diseñar proyectos estratégicos, impulsar la digitalización y garantizar la calidad en la prestación de servicios farmacéuticos.

Estarás altamente capacitado para ejercitarte como Director de Oficina de Farmacia.

- ♦ **Adaptación Tecnológica en la Gestión Farmacéutica:** Capacidad para integrar herramientas digitales y sistemas de automatización en la oficina de farmacia, mejorando la eficiencia en la administración y atención al cliente
- ♦ **Resolución de Problemas Empresariales:** Habilidad para aplicar pensamiento estratégico en la identificación y solución de desafíos en la gestión farmacéutica, optimizando procesos operativos, logísticos y financieros
- ♦ **Compromiso Ético y Seguridad en la Gestión:** Aplicación de principios éticos en la administración de la farmacia, garantizando el cumplimiento de normativas sanitarias, calidad en los servicios y seguridad en la dispensación de medicamentos
- ♦ **Colaboración Interdisciplinaria:** Capacidad para coordinar con profesionales del sector salud, proveedores y equipos de trabajo, impulsando una gestión farmacéutica eficiente y orientada a la excelencia en el servicio





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

1. **Director de Oficina de Farmacia:** Gestión integral del negocio, liderazgo de equipos y planificación estratégica para el crecimiento empresarial.
2. **Gerente de Gestión Financiera en Farmacia:** Análisis de costos, rentabilidad y optimización de recursos económicos en entornos farmacéuticos.
3. **Responsable de Marketing y Ventas en Farmacia:** Desarrollo de estrategias de captación y fidelización de clientes mediante herramientas digitales y tradicionales.
4. **Consultor en Gestión Farmacéutica:** Asesoría especializada en administración, optimización de compras y gestión de inventarios en Farmacias.
5. **Coordinador de Logística y Abastecimiento en Farmacia:** Supervisión de procesos de aprovisionamiento, relación con proveedores y control de stock.
6. **Director de Calidad y Seguridad Farmacéutica:** Implementación de normativas, certificaciones y programas de control en farmacias comunitarias.
7. **Especialista en Gestión de Recursos Humanos en Farmacia:** Selección, desarrollo y motivación de personal en el sector farmacéutico.
8. **Emprendedor en el Sector Farmacéutico:** Creación y desarrollo de proyectos innovadores en el ámbito de la oficina de farmacia.
9. **Responsable de Servicios Profesionales en Farmacia:** Implementación de nuevos servicios de atención al paciente y programas de salud.
10. **Coordinador de Innovación y Digitalización Farmacéutica:** Aplicación de tecnología y estrategias digitales para mejorar la gestión y experiencia del cliente.

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 intenso 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.

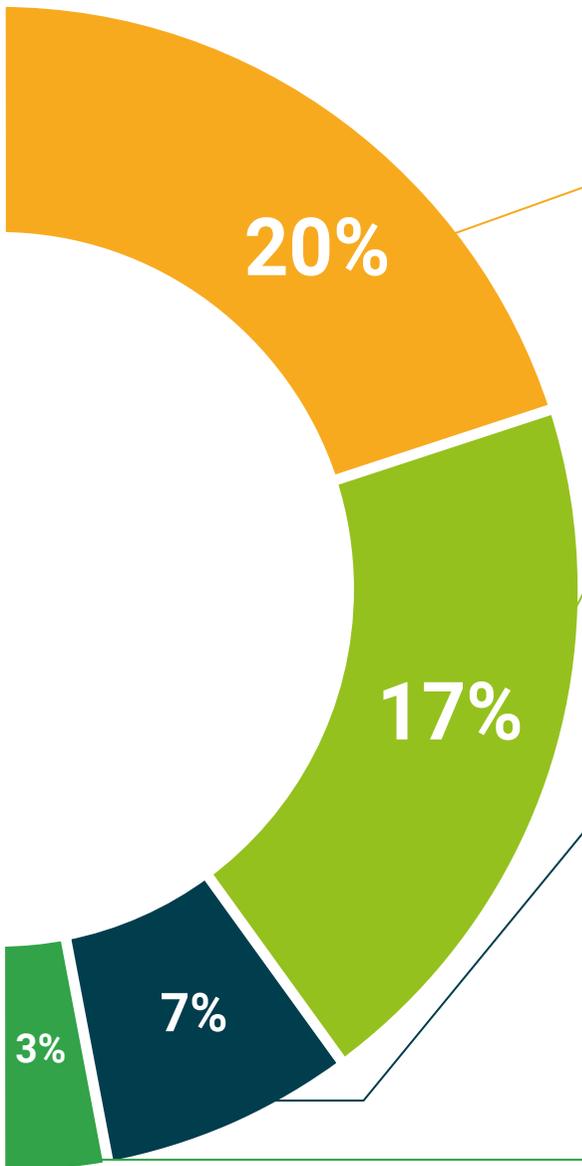
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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 programa incluye en su cuadro docente a expertos de referencia en MBA Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración, otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el máster de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





“

Contarás con el apoyo del equipo docente, conformado por expertos de renombre en la Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia”

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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

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



Dra. DeSanctis, Katherine

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Dove, Jennifer

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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



D. Gauthier, Rick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arman, Romi

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Arens, Manuel

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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



D. La Sala, Andrea

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Gram, Mick

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

“

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

Director Invitado Internacional

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

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

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

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



D. Stevenson, Scott

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

“

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

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Thole-Muir, Wendy

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

“

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

Dirección



Dra. Aunión Lavarías, María Eugenia

- ♦ Farmacéutica 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"*



08

Titulación

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



“

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

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

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

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

TECH es miembro de la **Business Graduates Association (BGA)**, la organización internacional que aglutina a las principales escuelas de negocios de todo el mundo y es garantía de calidad de los mejores programas de formación para directivos. Las escuelas miembros de BGA están unidas por su dedicación a las prácticas de gestión responsables, el aprendizaje permanente y la entrega de un impacto positivo para las partes interesadas de la escuela de negocios. Pertenecer a BGA es sinónimo de calidad académica.

TECH es miembro de:



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

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **90 ECTS**



*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.



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

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

Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

TECH es miembro de:

A photograph of a pharmacist in a white lab coat handing a small white container to a customer. The customer is a woman with dark hair, wearing a light-colored blazer and a brown shoulder bag. The background shows shelves of pharmacy products.

tech global
university