

Experto Universitario

Dirección Comercial en Industria Farmacéutica





Experto Universitario Dirección Comercial en Industria Farmacéutica

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/farmacia/experto-universitario/experto-direccion-comercial-industria-farmacaceutica

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 22

06

Titulación

pág. 30

01

Presentación

La Industria Farmacéutica genera millones de ingresos anuales en todo el mundo, por lo que la óptima comercialización de productos farmacológicos es esencial para mantener la adecuada atención a los pacientes. En este sentido, los profesionales farmacéuticos y distribuidores en el sector deben estar al día en torno a las habilidades de liderazgo, la gestión de equipo y estrategias para la venta exitosa. Por este motivo, TECH ha diseñado este programa en formato 100% online, con el temario más exhaustivo y riguroso sobre las estrategias utilizadas para la dirección comercial en el ámbito farmacéutico. Todo esto, en tan solo 6 meses y la flexibilidad de contar con una opción académica, sin clases con horarios encorsetados.





“

Este Experto Universitario te proporcionará una completa puesta al día sobre las competencias para la Dirección Comercial en la Industria Farmacéutica”

Desde los fármacos más habituales, los productos para el bienestar físico y mental, hasta los de nueva aparición, los profesionales que desarrollan su actividad en el sector farmacéutico deben dominar un catálogo amplio y complejo para su comercialización. Y es en este proceso de venta, donde los farmacéuticos deben estar al tanto de las últimas tendencias en la gestión de equipos y la promoción.

De esta forma, estar al día sobre el mercado, el proceso de ventas y la dirección de equipos conducirá al egresado a obtener una auténtica puesta al día que repercutirá directamente en su desempeño profesional diario. En esta línea, se adentra este Experto Universitario de 6 meses de duración y con el mejor material pedagógico multimedia del panorama académico actual.

Se trata de un programa que potenciará la toma de decisiones estratégicas, el liderazgo, el posicionamiento adecuado de los productos farmacéuticos y el éxito en un entorno altamente competitivo. Para ello, el alumnado dispone de píldoras multimedia, simulaciones de casos de estudio y lecturas especializadas con las que extender aún más el contenido de este temario.

De esta manera, esta institución facilita una puesta al día excepcional a través de una titulación universitaria flexible a la que acceder, cuando y donde desee. Y es que, el egresado únicamente necesita de un dispositivo digital con conexión a internet para visualizar, en cualquier momento del día, el contenido de este programa.

Este **Experto Universitario en Dirección Comercial en Industria Farmacéutica** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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



Ahonda en las responsabilidades éticas del representante de ventas médicas y potencia tus habilidades en comunicación efectiva a través de esta titulación 100% en línea”

“

Con este programa ofrecido solo por TECH estarás al día del uso del visual merchandising en el sector farmacéutico”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Esta titulación universitaria te proporcionará las herramientas tecnológicas para la venta más recientes.

Incrementarás tus habilidades verbales, no verbales y escritas con las que podrás establecer relaciones más sólidas con los clientes.



02 Objetivos

El objetivo principal de este programa es proporcionarle al profesional una puesta al día de las competencias indispensables para liderar y administrar de manera efectiva las estrategias de ventas y mercadotecnia en el ámbito farmacéutico. Además, al completar este recorrido académico, el farmacéutico habrá fortalecido sus estrategias de captación de talentos, la gestión de calidad, la planificación y ejecución de campañas de Marketing. De este modo, este Experto Universitario contribuirá al crecimiento y éxito profesional.





“

TECH te ofrece las mejores herramientas didácticas para que, en tan solo 6 meses, implementes con éxito programas de fidelización en la Industria Farmacéutica”



Objetivos generales

- ♦ Adquirir conocimientos especializados en la industria Farmacéutica
- ♦ Profundizar en la industria Farmacéutica
- ♦ Ahondar en las últimas novedades en la industria Farmacéutica
- ♦ Comprender la estructura y funcionamiento de la industria Farmacéutica
- ♦ Conocer el entorno competitivo de la industria farmaceutica
- ♦ Comprender los conceptos y metodologías de investigación de mercado
- ♦ Utilizar tecnologías y herramientas de investigación de mercado
- ♦ Desarrollar habilidades de ventas específicas para la industria Farmacéutica
- ♦ Comprender el ciclo de venta en la industria Farmacéutica
- ♦ Analizar el comportamiento del cliente y las necesidades del mercado
- ♦ Desarrollar habilidades de liderazgo
- ♦ Comprender los aspectos específicos de la gestión en la industria Farmacéutica
- ♦ Aplicar técnicas de gestión de proyectos
- ♦ Comprender los principios y fundamentos del Marketing en la industria Farmacéutica





Objetivos específicos

Módulo 1. El proceso de venta en la Industria Farmacéutica

- ◆ Desarrollar habilidades de ventas específicas para la industria Farmacéutica
- ◆ Indagar en el ciclo de venta en la industria Farmacéutica
- ◆ Analizar el comportamiento del cliente y las necesidades del mercado

Módulo 2. Dirección y gestión de equipos en la Industria Farmacéutica

- ◆ Desarrollar habilidades de liderazgo
- ◆ Analizar los aspectos específicos de la gestión en la industria Farmacéutica
- ◆ Aplicar técnicas de gestión de proyectos

Módulo 3. Industria Farmacéutica

- ◆ Profundizar en la Industria Farmacéutica
- ◆ Conocer las últimas novedades en la Industria Farmacéutica
- ◆ Ahondar en los ensayos clínicos y la aprobación regulatoria



Elevarás tus habilidades comunicativas para la gestión de proyectos en el sector farmacéutico donde esté inmerso un gran equipo comercial”

03

Dirección del curso

TECH ha integrado en este programa a un distinguido equipo de docentes con vasta trayectoria profesional en el sector farmacéutico y el Marketing Digital. De esta manera, los egresados tendrán la oportunidad de acceder a una completa puesta al día de la mano de auténticos especialistas con una consolidada carrera. Además, dada su cercanía, el egresado tendrá la oportunidad de solventar cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa.



“

*Especialistas en la Industria Farmacéutica,
la comercialización y el Marketing integran
este Experto Universitario”*

Dirección



D. Calderón, Carlos

- ♦ Director de Marketing y Publicidad en Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ♦ Consultor de Marketing y Publicidad en Experiencia MKT
- ♦ Director de Marketing y Publicidad en Marco Aldany
- ♦ CEO y director creativo en *C&C Advertising*
- ♦ Director de Marketing y Publicidad en Elsevier
- ♦ Director Creativo en CPM Consultores de Publicidad y Marketing
- ♦ Técnico en Publicidad por la CEV de Madrid

Profesores

D. García-Valdecasas Rodríguez de Rivera, Jesús

- ♦ Director Técnico Farmacéutico en Laboratorios Bohm
- ♦ Técnico Responsable del Área de Biocidas y del Área de Cosmética en Laboratorios Bohm
- ♦ Coordinador de Calidad y Registros en Laboratorios Bohm
- ♦ Director Garantía Calidad, Desarrollo y Asuntos Regulatorios en Industrias Farmacéuticas Puerto Galiano S.A.
- ♦ Responsable de Registros/Servicios Técnicos en Arafarma Group S.A.
- ♦ Licenciado en Farmacia por la Universidad de Alcalá
- ♦ Máster en Industria Farmacéutica y Parafarmacéutica por el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF)

Dña. López Pérez, Dámaris

- ♦ Senior healthcare consultant en GOC
- ♦ Asesora Médica de Marketing en Doctaforum Medical Marketing
- ♦ Consultora en Persea
- ♦ Coordinadora de Programas en VESA
- ♦ Asistente de Investigación en el Centro de Conservación de Elefantes
- ♦ Maestría en Biología, Investigación y Conservación de la Biodiversidad por la Universidad de Salamanca
- ♦ Maestría en Asuntos Médicos y Medical Science Liaison por el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica
- ♦ Licenciada en Biología por la Universidad de Extremadura



D. Muñoz, Ignacio

- ◆ Senior HR Business Partner en CAPITAL ENERGY
- ◆ Manager en Nexus Information Technology
- ◆ Experto en Coaching Ejecutivo. Acreditado por la International Coach Federation y la cualificación Accredited Coach Training Program
- ◆ Máster Executive de Recursos Humanos por el Centro de Estudios Garrigues
- ◆ Licenciado en Psicopedagogía por la Universidad Complutense de Madrid

D. Rivera Madrigal, Víctor

- ◆ Account Manager en EIE medical
- ◆ Visitador Médico en *Innovasc Integral Solutions S.L*
- ◆ Especialista en ventas en *UCC Europe*
- ◆ Técnico de Marketing Sanitario



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

04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Dirección Comercial en Industria Farmacéutica presenta un plan de estudios que profundiza en los elementos esenciales para poder estar al día de las líneas de acción de venta y la gestión de equipos. Todo esto, a través de un contenido riguroso creado por expertos ampliamente conocedores de este sector. Asimismo, el alumnado tendrá una mayor autogestión del tiempo de acceso al programa, ya que cuenta con material didáctico de calidad, accesible las 24 horas del día.





“

Con el método Relearning fortalecerás tu comprensión a largo plazo de los conceptos clave y reducirás el tiempo de estudio”

Módulo 1. Proceso de venta en la Industria Farmacéutica

- 1.1. Estructura departamento Comercial
 - 1.1.1. Estructura jerárquica
 - 1.1.2. Diseño organizacional
 - 1.1.3. Responsabilidad del departamento Comercial
 - 1.1.4. Gestión del talento
- 1.2. La visita médica
 - 1.2.1. Responsabilidades del visitador médico
 - 1.2.2. Ética del visitador médico
 - 1.2.3. Comunicación efectiva
 - 1.2.4. Conocimiento del producto
- 1.3. Acciones promocionales punto de venta
 - 1.3.1. Objetivos de las acciones
 - 1.3.2. Visual *merchandising*
 - 1.3.3. Gestión de materiales
 - 1.3.4. Evaluación del impacto
- 1.4. Técnicas de venta
 - 1.4.1. Principio de persuasión
 - 1.4.2. Habilidades negociadoras
 - 1.4.3. Actualización científica
 - 1.4.4. Manejo de objeciones
- 1.5. La comunicación en ventas
 - 1.5.1. Análisis de los diferentes canales
 - 1.5.2. Comunicación verbal
 - 1.5.3. Comunicación no verbal
 - 1.5.4. Comunicación escrita
- 1.6. Estrategias de fidelización
 - 1.6.1. Programa de lealtad
 - 1.6.2. Servicio al cliente personalizado
 - 1.6.3. Programas de seguimiento
 - 1.6.4. Programas de cumplimiento terapéutico



- 1.7. Seguimiento de clientes
 - 1.7.1. Herramientas para el seguimiento de clientes
 - 1.7.2. La satisfacción
 - 1.7.3. Técnicas de comunicación
 - 1.7.4. El uso de los datos
- 1.8. Análisis de ciclos de venta
 - 1.8.1. Interpretación de datos
 - 1.8.2. Análisis de ciclos
 - 1.8.3. Planificación ciclos de venta
 - 1.8.4. Gestión ciclos de venta
- 1.9. Evaluación del rendimiento de ventas
 - 1.9.1. Indicadores de rendimiento KPI
 - 1.9.2. Análisis de eficacia
 - 1.9.3. Evaluación de productividad
 - 1.9.4. Evaluación de rentabilidad de los productos
- 1.10. Herramientas tecnológicas para la venta
 - 1.10.1. CRM
 - 1.10.2. Automatización de la fuerza de ventas
 - 1.10.3. Optimización de rutas
 - 1.10.4. Plataformas comercio electrónico

Módulo 2. Dirección y gestión de equipos en la Industria Farmacéutica

- 2.1. Liderazgo en la Industria Farmacéutica
 - 2.1.1. Tendencias y desafíos del liderazgo
 - 2.1.2. Liderazgo transformacional
 - 2.1.3. Liderazgo en la gestión de riesgos
 - 2.1.4. Liderazgo en la mejora continua
- 2.2. Gestión del talento
 - 2.2.1. Estrategias de reclutamiento
 - 2.2.2. Desarrollo de perfiles
 - 2.2.3. Planificación de la sucesión
 - 2.2.4. Retención del talento

- 2.3. Desarrollo y capacitación de equipos
 - 2.3.1. BPM Buenas prácticas de manufactura
 - 2.3.2. Desarrollo de habilidades técnicas
 - 2.3.3. Entrenamiento en seguridad
 - 2.3.4. Desarrollo en I+D
- 2.4. Estrategias de comunicación interna
 - 2.4.1. Desarrollo de una cultura de comunicación abierta
 - 2.4.2. Comunicación de objetivos y estrategias
 - 2.4.3. Comunicación de cambios organizativos
 - 2.4.4. Comunicación de políticas y procedimientos
- 2.5. Gestión del rendimiento
 - 2.5.1. Establecimiento de metas y objetivos claros
 - 2.5.2. Definición de indicadores de rendimiento
 - 2.5.3. Retroalimentación continua
 - 2.5.4. Evaluación del desempeño
- 2.6. Gestión del cambio
 - 2.6.1. Diagnóstico de la necesidad de cambio
 - 2.6.2. Comunicación efectiva del cambio
 - 2.6.3. Creación de un sentido de urgencia
 - 2.6.4. Identificación de líderes del cambio
- 2.7. Gestión de calidad
 - 2.7.1. Definición de estándares de calidad
 - 2.7.2. Implementación de sistemas de gestión de calidad
 - 2.7.3. Control de calidad en la producción
 - 2.7.4. Gestión de proveedores
- 2.8. Gestión del presupuesto de Marketing
 - 2.8.1. Planificación estratégica de Marketing
 - 2.8.2. Establecimiento del presupuesto total de Marketing
 - 2.8.3. Distribución del presupuesto por canales de Marketing
 - 2.8.4. Análisis de retorno de inversión (ROI)

- 2.9. Planificación y ejecución de campañas de Marketing
 - 2.9.1. Análisis del mercado y del público objetivo
 - 2.9.2. Establecimiento de objetivos de la campaña
 - 2.9.3. Desarrollo de estrategias de Marketing
 - 2.9.4. Selección de canales de Marketing
- 2.10. Actualización de novedades del mercado
 - 2.10.1. Análisis de tendencias del mercado
 - 2.10.2. Monitoreo de la competencia
 - 2.10.3. Seguimiento de las novedades del sector
 - 2.10.4. Participación en eventos y conferencias

Módulo 3. Industria Farmacéutica

- 3.1. Mercado farmacéutico
 - 3.1.1. Estructura del mercado farmacéutico
 - 3.1.2. Actores del mercado farmacéutico
 - 3.1.3. Fundamentos del mercado farmacéutico
 - 3.1.4. Desarrollo del mercado farmacéutico
- 3.2. Tipos de producto
 - 3.2.1. Fármacos de uso oral
 - 3.2.2. Fármacos inyectables
 - 3.2.3. Fármacos tópicos
 - 3.2.4. Fármacos inhalados
- 3.3. Ensayos clínicos y aprobación regulatoria
 - 3.3.1. Diseño de ensayos clínicos
 - 3.3.2. Planificación de ensayos clínicos
 - 3.3.3. Selecciones participantes en ensayo clínico
 - 3.3.4. Metodología de los ensayos clínicos
- 3.4. Cadena de suministro
 - 3.4.1. Sistemas de información en cadenas de suministro
 - 3.4.2. Tecnología en la cadena de suministro
 - 3.4.3. Gestión cadena de frío
 - 3.4.4. Gestión de transporte y logística





- 3.5. Distribución de medicamentos
 - 3.5.1. Canales de distribución
 - 3.5.2. Gestión de inventarios
 - 3.5.3. Gestión de pedidos
 - 3.5.4. Gestión de riesgos
- 3.6. Comercialización
 - 3.6.1. Fundamentos de la Comercialización
 - 3.6.2. Análisis de competencia
 - 3.6.3. Posicionamiento
 - 3.6.4. Relaciones profesionales de la salud
- 3.7. Innovaciones tecnológicas industria Farmacéutica
 - 3.7.1. Tecnologías disruptivas
 - 3.7.2. Inteligencia artificial
 - 3.7.3. Big data
 - 3.7.4. Bioinformática
- 3.8. Precio
 - 3.8.1. Análisis de costes
 - 3.8.2. Estrategias fijación de precios
 - 3.8.3. Política de precios
 - 3.8.4. Precios diferenciados
- 3.9. Fabricación medicamentos
 - 3.9.1. Buenas prácticas de fabricación
 - 3.9.2. Proceso de fabricación
 - 3.9.3. Técnicas de esterilización
 - 3.9.4. Validación de procesos
- 3.10. Control de calidad medicamentos
 - 3.10.1. Buenas prácticas de laboratorio
 - 3.10.2. Métodos de análisis fisicoquímicos
 - 3.10.3. Método analítico
 - 3.10.4. Análisis microbiológico

05

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”

En TECH empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberá investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los farmacéuticos aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

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



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional del farmacéutico.

“

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los farmacéuticos 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.



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 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

El farmacéutico aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de software de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.



Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología, se han capacitado más de 115.000 farmacéuticos con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Esta metodología pedagógica está desarrollada en un entorno de máxima 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.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene el sistema de aprendizaje de TECH es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.



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



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los farmacéuticos 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.



Técnicas y procedimientos en vídeo

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, a los últimos avances educativos, al primer plano de la actualidad en procedimientos de atención farmacéutica. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión. Y lo mejor, puedes verlos las veces que quieras.



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



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.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto te guiará a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.



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.



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.



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.



06

Titulación

El Experto Universitario en Dirección Comercial en Industria Farmacéutica garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

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

Este **Experto Universitario en Dirección Comercial en Industria Farmacéutica** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Dirección Comercial en Industria Farmacéutica**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



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



Experto Universitario
Dirección Comercial en
Industria Farmacéutica

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Dirección Comercial
en Industria Farmacéutica