

Experto Universitario

Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica



Experto Universitario Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/farmacia/experto-universitario/experto-estrategias-marketing-aplicadas-industria-farmaceutica

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 correcta ejecución de las Estrategias de Marketing en el ámbito farmacéutico permite captar la atención del público objetivo, comunicar los beneficios del producto y establecer conexiones con los consumidores. De este modo, al dirigir esfuerzos hacia las necesidades del mercado, las compañías Farmacéuticas pueden influir en la demanda y generar interés en sus productos. Dada la alta competitividad, es relevante que los profesionales del sector sean capaces de aplicar las últimas tendencias en el desarrollo y ejecución de campañas de promoción y comercialización. Por esta razón, TECH ha diseñado un completo programa en formato 100% en línea, el cual le ofrece al especialista la flexibilidad de acceder en cualquier momento y lugar desde cualquier dispositivo con conexión a internet.



“

Expande tus conocimientos sobre los fundamentos del plan Marketing farmacéutico con esta exclusiva titulación que solo te ofrece TECH”

El Marketing bien ejecutado en la industria Farmacéutica contribuye al incremento de las ventas de la empresa y el impulso de las preferencias de los consumidores hacia sus productos. Mediante estrategias como la promoción de lanzamientos, campañas publicitarias persuasivas y programas de fidelización, las compañías Farmacéuticas logran aumentar su cuota de mercado.

Por este motivo, la figura del farmacéutico especializado en Marketing se vuelve indispensable en la búsqueda del éxito comercial. Y es que estar a la vanguardia en las últimas técnicas publicitarias le permitirá identificar oportunidades, detectar tendencias y anticiparse a los cambios. Así, nace este Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica.

Se trata de un programa, que lleva al profesional durante 6 meses a ahondar en la elaboración de un plan de negocios, la correcta gestión de los procesos mercadotécnicos y a obtener una visión general del consumidor. En este sentido, el egresado podrá tener acceso a una serie de materiales multimedia como video resúmenes y lecturas especializadas, almacenados en una biblioteca virtual, a la cual, podrá ingresar en cualquier momento y lugar las 24 horas del día, sin restricciones.

Este **Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la 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



Aplicarás con éxito la metodología SMART y consigues aumentar las ventas en tu Farmacia”

“

Gracias a este programa potenciarás tu capacidad de análisis del mercado y desarrollarás líneas de actuación mucho más efectivas 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.

Con esta titulación universitaria construirás una efectiva estrategia de Marketing aplicada a la Industria Farmacéutica.

Incrementarás tus habilidades en el ámbito del Marketing care a través del temario más avanzado creado por expertos consolidados en este campo.



02 Objetivos

La finalidad de este Experto Universitario es facilitar al farmacéutico una completa puesta al día en torno a las Estrategias de Marketing más vanguardistas y disruptivas utilizadas en la Industria Farmacéutica. De este modo, los profesionales elevarán sus destrezas en la creación de planes estratégicos de promoción de productos farmacológicos y todos los elementos relevantes para la consecución de los objetivos de comercialización y venta. Para facilitar este proceso de actualización, TECH proporciona un temario, elaborado por auténticos expertos.



“

Adecurarás a la perfección tus acciones promocionales, atendiendo a las tendencias y cambios en los hábitos de consumo en el ámbito de la salud”



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. Plan de Marketing farmacéutico

- ◆ Profundizar en los fundamentos del Marketing farmacéutico
- ◆ Desarrollar habilidades en la elaboración de planes de Marketing
- ◆ Ahondar en las características y necesidades de los clientes en la Industria Farmacéutica

Módulo 2. Gestión del Marketing aplicado a la Industria Farmacéutica

- ◆ Introducir los principios y fundamentos del Marketing en la industria Farmacéutica
- ◆ Desarrollar habilidades en la gestión de productos farmacéuticos
- ◆ Abordar el empleo de herramientas y técnicas de Marketing digital

Módulo 3. El consumidor

- ◆ Profundizar en el comportamiento del consumidor
- ◆ Analizar los diferentes segmentos de mercado
- ◆ Investigar las tendencias y cambios en los hábitos de consumo
- ◆ Aplicar técnicas de investigación de mercado



Incursionarás en el Marketing de componentes nutricionales y hospitalario a través del mejor material didáctico”

03

Dirección del curso

En su compromiso con la calidad de sus programas, TECH ha reunido a un excelente equipo docente integrado por especialistas del ámbito de la Industria Farmacéutica y el Marketing. Gracias a su profundo conocimiento, el egresado tendrá la garantía de acceder a una titulación acorde a sus necesidades de actualización de la mano de grandes especialistas. Además, la cercanía del profesorado le permitirá resolver cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa.





“

Actualízate con un plan de estudios diseñado por expertos en el campo farmacéutico, donde aprenderás a utilizar estrategias de pago por clic para optimizar tus resultados”

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. González Suárez, Hugo

- ♦ Digital & Product Marketing Manager en Laboratorios ERN S.A.
- ♦ Product Marketing and Project Manager en Amgen
- ♦ Licenciatura en Bioquímica y Farmacología por la Cambridge International University
- ♦ Máster en Marketing por el Centro de Estudios Superiores de la Industria Farmacéutica (CESIF)
- ♦ Máster en Administración de Negocios por la *ESNECA Business School*

D. Moreno Izquierdo, Juan Manuel

- ♦ Responsable de la cartera completa de Biosimilares y Medicamentos Genéricos Hospitalarios en Iberia Commercial Head
- ♦ Director General de Marketing en Biogen
- ♦ Gerente del área de Marketing en SNC
- ♦ Máster en Marketing y Gestión Comercial por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas
- ♦ Licenciado en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid



04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica, presenta un temario que le permitirá al alumnado desarrollar de principio a fin un completo plan orientado a la promoción y venta en diferentes canales. Todo, desde una perspectiva teórico-práctica y con el mejor material pedagógico multimedia. Además, con la implementación del método *Relearning*, el egresado disminuirá las horas de estudio y fortalecerá la comprensión de los conceptos determinantes a largo plazo.



“

*Mediante el método Relearning
optimizarás tu estudio y evitarás
invertir largas horas, enfocándote
en los conceptos más relevantes”*

Módulo 1. Plan de Marketing farmacéutico

- 1.1. Bases del plan de Marketing farmacéutico
 - 1.1.1. Análisis del entorno
 - 1.1.2. Oportunidades
 - 1.1.3. Amenazas
 - 1.1.4. Implementación
- 1.2. Los objetivos del plan de Marketing
 - 1.2.1. Objetivos SMART
 - 1.2.2. Objetivos penetración de mercado
 - 1.2.3. Objetivos de crecimiento de ventas
 - 1.2.4. Objetivo de fidelización de clientes
- 1.3. La estrategia general del plan de Marketing
 - 1.3.1. Definición de la visión
 - 1.3.2. Objetivos fijación
 - 1.3.3. Herramientas plan de Marketing
 - 1.3.4. Conclusiones
- 1.4. El Marketing de OTC
 - 1.4.1. Análisis del mercado de productos OTC
 - 1.4.2. Desarrollo estrategia
 - 1.4.3. Diseño envases
 - 1.4.4. Desarrollo de Estrategias de expansión
- 1.5. El Marketing de *consumer care*
 - 1.5.1. *Branding*
 - 1.5.2. Uso Marketing digital
 - 1.5.3. Definición de Estrategias clave
 - 1.5.4. Conclusiones
- 1.6. El Marketing medical
 - 1.6.1. Las necesidades específicas
 - 1.6.2. Relaciones publicas
 - 1.6.3. Gestión de conferencias médicas
 - 1.6.4. Estrategias para clínicas

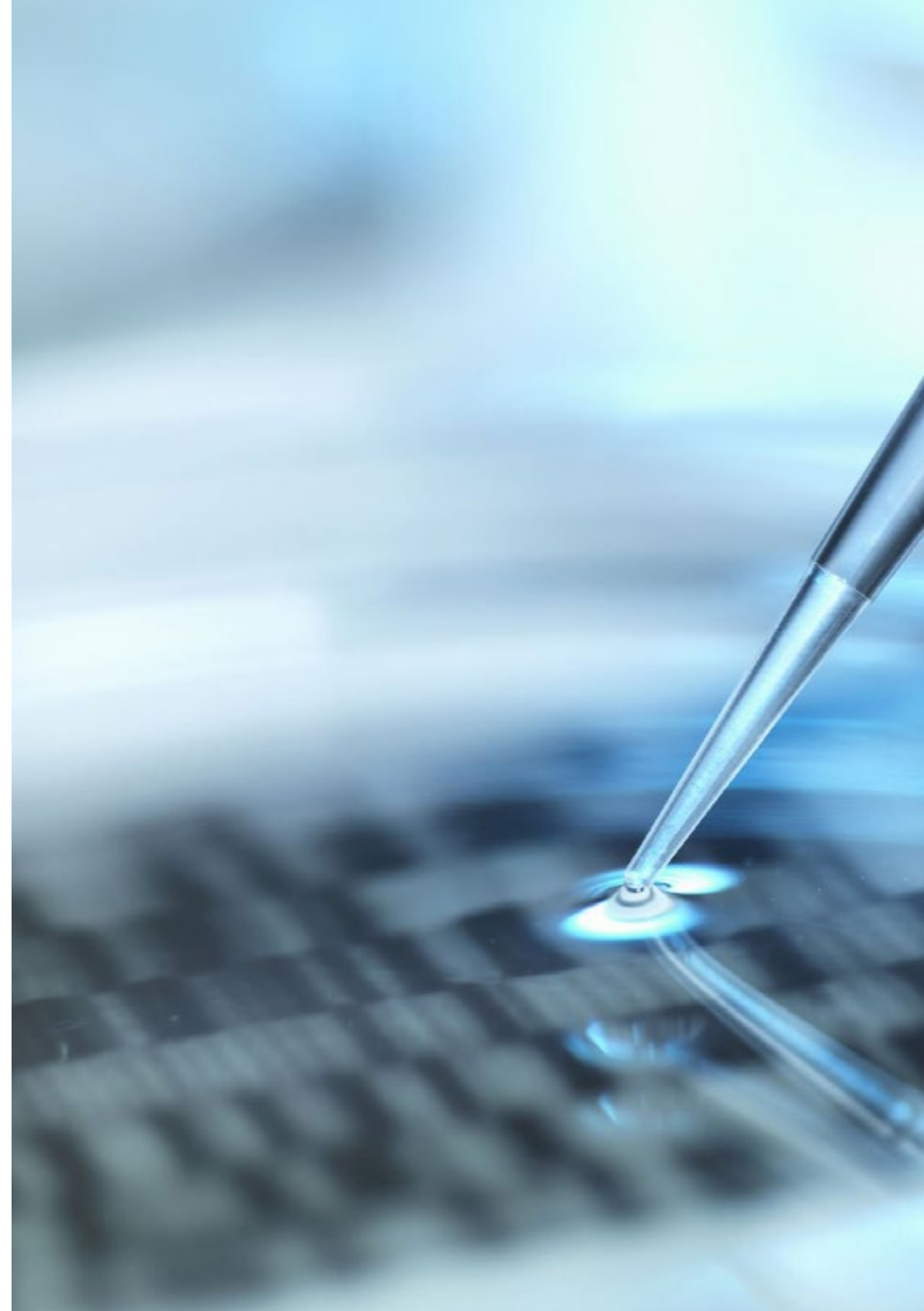


- 1.7. El Marketing de componentes nutricionales
 - 1.7.1. Medición del rendimiento
 - 1.7.2. Tendencias Marketing nutricional
 - 1.7.3. Avances Marketing nutricional
 - 1.7.4. Conclusiones
 - 1.8. El Marketing de productos genéricos
 - 1.8.1. Educación del consumidor
 - 1.8.2. *Branding* y etiquetado
 - 1.8.3. PPV
 - 1.8.4. Conclusión
 - 1.9. El Marketing de productos hospitalarios
 - 1.9.1. Identificar el mercado objetivo
 - 1.9.2. Colaboración con proveedores
 - 1.9.3. Demostraciones
 - 1.9.4. Conclusión
 - 1.10. El Marketing digital en la industria Farmacéutica
 - 1.10.1. Optimización motores de búsqueda
 - 1.10.2. PPC
 - 1.10.3. Estrategias Marketing móvil
 - 1.10.4. Email Marketing
- Módulo 2. Gestión del Marketing aplicado a la industria farmacéutico**
- 2.1. La comunicación
 - 2.1.1. La comunicación efectiva y efectista
 - 2.1.2. La participación eventos
 - 2.1.3. Equipo comunicativo
 - 2.1.4. Comunicación interna
 - 2.2. La publicidad
 - 2.2.1. Anuncios impresos
 - 2.2.2. Anuncios televisivos
 - 2.2.3. Anuncio radio
 - 2.2.4. Anuncios redes sociales
 - 2.3. El Marketing directo
 - 2.3.1. Correo directo
 - 2.3.2. Mensajes de texto
 - 2.3.3. Llamadas telefónicas
 - 2.3.4. Programas de fidelización
 - 2.4. El e-Marketing
 - 2.4.1. Sitio Web
 - 2.4.2. Marketing de asociados
 - 2.4.3. Marketing de contenidos
 - 2.4.4. Publicidad en línea
 - 2.5. La investigación de tendencias de mercado
 - 2.5.1. Innovaciones tecnológicas
 - 2.5.2. Cambios epidemiológicos
 - 2.5.3. Acceso a mercados emergentes
 - 2.5.4. Digitalización en salud
 - 2.6. La diferenciación
 - 2.6.1. Medicamentos innovadores
 - 2.6.2. Formulaciones mejoradas
 - 2.6.3. Enfoque de seguridad
 - 2.6.4. Servicios de apoyo al paciente
 - 2.7. Las campañas publicitarias
 - 2.7.1. *Got Milk*
 - 2.7.2. *Share a coke*
 - 2.7.3. *The truth*
 - 2.7.4. *Like a girl*
 - 2.8. La creación de contenido
 - 2.8.1. Publicaciones científicas
 - 2.8.2. Materiales educativos
 - 2.8.3. Contenido en línea
 - 2.8.4. *Webinars*
 - 2.9. Las necesidades del consumidor
 - 2.9.1. Seguridad
 - 2.9.2. Eficacia
 - 2.9.3. Calidad

- 2.9.4. Accesibilidad
- 2.10. El comportamiento del consumidor
 - 2.10.1. Problemas de salud
 - 2.10.2. Influencia medica
 - 2.10.3. Investigación de información
 - 2.10.4. Experiencias anteriores

Módulo 3. El consumidor

- 3.1. Conocer al consumidor
 - 3.1.1. Análisis de datos de venta
 - 3.1.2. Perfil de consumidor
 - 3.1.3. Investigación opinión publica
 - 3.1.4. Estudio satisfacción de cliente
- 3.2. La tendencia en la demanda
 - 3.2.1. Envejecimiento de la población
 - 3.2.2. Conciencia de la salud
 - 3.2.3. Avances tecnológicos
 - 3.2.4. Medicina preventiva
- 3.3. Comunicación efectiva
 - 3.3.1. Mensajes claros
 - 3.3.2. Información científica
 - 3.3.3. Transparencia
 - 3.3.4. Comunicación bidireccional
- 3.4. Experiencias previas
 - 3.4.1. Manufactura Farmacéutica
 - 3.4.2. Farmacovigilancia
 - 3.4.3. Reembolso
 - 3.4.4. Analítica de datos
- 3.5. Accesibilidad en los productos
 - 3.5.1. Empaquetado de productos
 - 3.5.2. Información en braille
 - 3.5.3. Envases dosis unitarias



- 3.5.4. Adaptación de formatos
- 3.6. Educación del consumidor
 - 3.6.1. Promoción de la adherencia
 - 3.6.2. Uso seguro medicamentos venta libre
 - 3.6.3. Educación enfermedades crónicas
 - 3.6.4. Efectos secundarios
- 3.7. Creación de productos
 - 3.7.1. Desarrollo preclínico
 - 3.7.2. Ensayos clínicos
 - 3.7.3. Manufactura
 - 3.7.4. *Packaging* y etiquetado
- 3.8. La relación entre médico y paciente
 - 3.8.1. Comunicación abierta
 - 3.8.2. Comunicación transparente
 - 3.8.3. Toma de decisiones compartida
 - 3.8.4. Respeto y empatía
- 3.9. La Responsabilidad social
 - 3.9.1. Ética
 - 3.9.2. Responsabilidad social
 - 3.9.3. Sostenibilidad medioambiental
 - 3.9.4. Transparencia y rendición de cuentas
- 3.10. La influencia tecnológica
 - 3.10.1. Investigación y desarrollo
 - 3.10.2. Medicina de precisión
 - 3.10.3. Seguridad de datos
 - 3.10.4. Aprendizaje automático

“ Con *TECH* podrás identificar tu mercado objetivo y establecer colaboraciones con proveedores estratégicos para consolidarte en el sector farmacéutico”

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 Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la 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 Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Estrategias de Marketing Aplicadas a la Industria Farmacéutica**

Modalidad: **online**

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 EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario
Estrategias de Marketing
Aplicadas a la Industria
Farmacéutica

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

Experto Universitario

Estrategias de Marketing Aplicadas
a la Industria Farmacéutica

