

Experto Universitario

Marketing Aplicado  
a la Parafarmacia





## Experto Universitario Marketing Aplicado a la Parafarmacia

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

Acceso web: [www.techtute.com/farmacia/experto-universitario/experto-marketing-aplicado-parafarmacia](http://www.techtute.com/farmacia/experto-universitario/experto-marketing-aplicado-parafarmacia)

# 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

Los productos parafarmacéuticos permiten realizar un mayor número de acciones de Marketing impactantes de cara al cliente. Un hecho que debe ser rentabilizado tanto económicamente como en imagen de marca de los propios negocios.

En este sentido, es clave que los profesionales farmacéuticos estén al tanto de las últimas tendencias en este campo y la aplicación de las estrategias más exitosas para obtener una mayor repercusión. En esta línea, TECH ha decidido crear una titulación 100% online, que llevará al egresado a actualizar sus conocimientos sobre las acciones de venta, de promoción y la planificación contable necesaria en los diferentes tipos de empresas de Parafarmacia. Todo, con numeroso material didáctico, elaborado por auténticos especialistas en la rama farmacéutica, publicitaria y de la comunicación.



“

*Una titulación 100% online, sin clases con horarios fijos y adaptada a las necesidades reales de los profesionales farmacéuticos”*

La realización de campañas de difusión virales, la fidelización del cliente a través de promociones, o el uso de las nuevas posibilidades de comunicación digital son solo algunas de las estrategias más efectivas en Parafarmacia. Un sector que ha incrementado su volumen de negocio, gracias en gran parte a su incursión en Internet y a la amplia variedad de productos.

En este sentido, el profesional farmacéutico orientado a este ámbito debe estar al tanto de las últimas tendencias en estrategias de publicidad, sin perder de vista la necesaria planificación económico-financiera para obtener la máxima rentabilidad. Por esta razón, TECH aglutina en este Experto Universitario en Marketing Aplicado a la Parafarmacia, el temario más avanzado e impartido por los mejores expertos en este campo.

Se trata de un programa intensivo, donde el egresado podrá ahondar en los diferentes modelos de negocio existentes en la industria, sus características propias, lo que le permitirá realizar una completa puesta al día. Asimismo, ahondará en las principales acciones de venta, de captación de cliente tanto en espacios físicos como online y en la contabilidad requerida en este tipo de empresas. Todo, además complementado con material didáctico multimedia, lecturas esenciales y casos de estudio a los que acceder en cualquier momento del día, desde un dispositivo electrónico con conexión a internet.

De esta manera, el profesional farmacéutico está ante una excelente oportunidad de estar al tanto de todo lo que rodea al Marketing e integrarlo en su proyecto. Así, sin presencialidad, ni clases con horarios encorsetados, el egresado tendrá la facilidad de poder autogestionar su tiempo de acceso y compatibilizar las responsabilidades diarias con una titulación universitaria de calidad.

Este **Experto Universitario en Marketing Aplicado a la Parafarmacia** contiene el programa educativo 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



*Los casos de estudio de esta titulación te permitirán comprobar los casos de éxito de Marketing viral e integrarlos en tu propio proyecto Parafarmacéutico”*

“

*Ahonda en el mundo de las Parafarmacia privada, franquiciada o en el sector retail, cuando lo desees, desde tu dispositivo digital con conexión a internet”*

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.

*Obtén con esta titulación los recursos que necesitas para implementar actividades comerciales en espacios de venta de la Parafarmacia.*

*Un programa que te permitirá perfeccionar tu plan financiero y de tesorería y aplicarlo en proyectos de Parafarmacia.*



# 02 Objetivos

La finalidad de este Experto Universitario es proporcionar al alumnado el conocimiento más actual sobre las acciones de Marketing empleadas para potenciar negocios en Parafarmacia. En este sentido, TECH pone a disposición del egresado un excelente equipo docente con amplia trayectoria en este sector. Además, los casos de estudio le proporcionarán una visión mucho más directa y real sobre las estrategias más efectivas a emplear e integrar en su proyecto empresarial.







“

*Estás ante una titulación universitaria que te permitirá implementar con éxito un completo plan de Marketing para tu proyecto de Parafarmacia”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Ampliar los conocimientos sobre la gestión de Parafarmacia
- ♦ Potenciar las habilidades para la creación y gestión de Parafarmacia online
- ♦ Impulsar el rendimiento del negocio de la Parafarmacia
- ♦ Analizar las estrategias de marketing más efectivas en el sector
- ♦ Incorporar las últimas novedades tecnológicas para puesta en marcha o adaptación de proyectos de Parafarmacia
- ♦ Estar al tanto de todos los tipos de productos comercializables a través de las Parafarmacias
- ♦ Ahondar en el mercado Parafarmacéutico
- ♦ Implementar las acciones de análisis y posicionamiento digital de una Parafarmacia

“

*¿Quieres estar al tanto de los planes de venta más eficientes en Parafarmacia? Obtén la máxima rentabilidad gracias al contenido avanzado que te aporta esta titulación”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Trade marketing en la Parafarmacia

- ◆ Profundizar en las principales características del *Trade Marketing*
- ◆ Analizar las nuevas tendencias en los lineales de Parafarmacia
- ◆ Obtener una visión actual sobre los beneficios del *Cashkeeper*
- ◆ Ahondar en el marketing móvil empleado en Parafarmacia

### Módulo 2. Rentabilidad de la Parafarmacia

- ◆ Profundizar en los principales términos de contabilidad y finanzas de una Parafarmacia
- ◆ Indicar las estrategias y planes de venta más efectivas en Parafarmacia, así como el diseño de un plan financiero
- ◆ Obtener la información más actual sobre las herramientas empleadas para el estudio de ventas
- ◆ Estar al día de los principales softwares utilizados en Parafarmacia

### Módulo 3. Plan de marketing en la Parafarmacia

- ◆ Promover la implantación de acciones orientadas a la comercialización en el espacio de venta de la Parafarmacia
- ◆ Ahondar en las estrategias de producto y precio adecuado en Parafarmacia
- ◆ Indicar las pautas para la creación de campañas de marketing
- ◆ Establecer como incorporar nuevas tecnologías que favorezcan la experiencia de compra del consumidor

# 03

## Dirección del curso

TECH ha reunido a un excelente equipo director y docente del sector farmacéutico y del Marketing y Publicidad. Un profesorado versado que destaca por su excelente trayectoria profesional y su calidad humana. Ambos factores le permitirán al alumnado obtener una exitosa puesta al día sobre las estrategias de comercialización y visibilidad en Parafarmacia de la mano de los mejores expertos. Además, podrá resolver con ellos cualquier duda que tenga sobre el contenido de este programa a lo largo de sus 6 meses de duración.



“

*Tienes a tu disposición a auténticos especialistas en Marketing y Parafarmacia con amplio recorrido profesional en ambos sectores”*

## Dirección



### Dña. Forner Puig, María José

- ♦ Farmacéutica Especialista en Productos de Fitoterapia en Laboratorios Arkopharma
- ♦ Responsable formación zona Levante en Laboratorios Arkopharma
- ♦ Farmacéutica adjunta en Farmacia Traver-Martin
- ♦ Máster en Dietética, Nutrición y Coaching Nutricional por Sefhor Sociedad Española de Formación
- ♦ Experto en Nutrición, Dietética y Fitoterapia por la UNED
- ♦ Diplomado en Nutrición Deportiva en el Fútbol por el Barça Innovation Hub Universiti
- ♦ Licenciada en Farmacia por la Universidad de Valencia



## Profesores

### Dña. Sáenz Suárez, Lucía

- ◆ Coordinadora y responsable de acreditaciones en RICOFSE
- ◆ Farmacéutica Adjunta en Farmacia González García
- ◆ Farmacéutica Adjunta en Farmacia Moreno Menayo
- ◆ Especialista de Producto en Laboratorio Arkopharma
- ◆ Delegada comercial de Dermocosmética en A.G.FARMA
- ◆ Delegada de Ventas de área de Nutrición Infantil para Nestlé
- ◆ Visitador Médico para el Grupo Juste
- ◆ Máster en Administración de Empresas por la Escuela de Organización Industrial
- ◆ Experto Universitario en Nutrición, Dietética y Fitoterapia en Medicina Comunitaria por la UNED
- ◆ Licenciada En Farmacia por la Universidad de Sevilla

### Dña. Campos García, Silvia

- ◆ Fundadora de Con Principio Activo, tu *farmacoach*
- ◆ Gerente de Hotel en Grupo 3 Galeón
- ◆ Titular de Oficina de Farmacia en Farmacia Silvia Campos
- ◆ Gerente de Centro de Estética en Beauty Sense
- ◆ Licenciada en Farmacia por la Universidad CEU San Pablo

### Dña. Dubal, Lorena

- ◆ Gerente en la Farmacia Trébol Guillem de Castro
- ◆ Asesora de Lactancia por Educatra
- ◆ Especializada en Dermofarmacia y Cosmética por la Universidad de Murcia
- ◆ Especialista en Dermoanalizador Multidermascope en Patología al Paciente
- ◆ Graduada en Farmacia

# 04

## Estructura y contenido

El plan de estudios de este Experto Universitario ha sido creado por un claustro especializado en Marketing y Farmacia. Ambas áreas quedan reflejadas en un temario que aporta al profesional farmacéutico las estrategias más recientes empleadas en *Trade Marketing*, las técnicas y herramientas para la elaboración de un plan de Marketing y los procedimientos más efectivos para lograr obtener la máxima rentabilidad en cualquier proyecto de Parafarmacia. Todo, además, complementado por el mejor material didáctico al que tendrá acceso el alumnado las 24 horas del día, los 7 días de la semana.





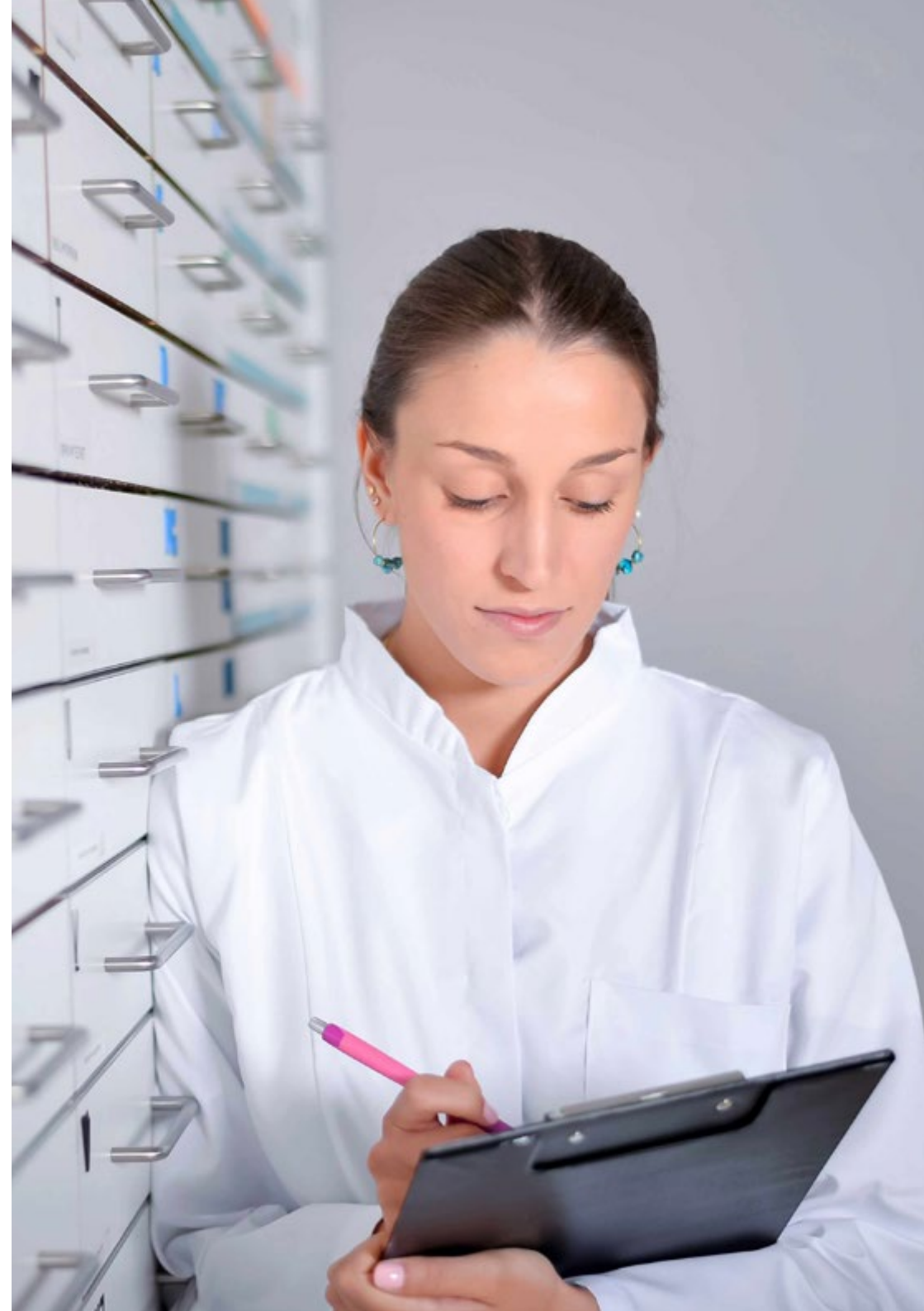


“

*Un temario teórico-práctico complementado por píldoras multimedia, lecturas y numerosos recursos didácticos a los que podrás acceder las 24 horas del día”*

## Módulo 1. Trade marketing en la Parafarmacia

- 1.1. Trade Marketing: funciones
  - 1.1.1. Definición del Trade Marketing
  - 1.1.2. Funciones del Trade marketing farmacéutico
  - 1.1.3. Principales técnicas Trade marketing
  - 1.1.4. Las 4 P
- 1.2. Lineal de la Parafarmacia
  - 1.2.1. Qué es el lineal de la Parafarmacia
  - 1.2.2. Niveles de exposición
  - 1.2.3. Puntos calientes
  - 1.2.4. Puntos fríos
- 1.3. El mostrador
  - 1.3.1. Consejos para tener un mostrador deslumbrante
  - 1.3.2. Distribución del mostrador
  - 1.3.3. La importancia del mostrador
  - 1.3.4. Colocación mostradora según temporada
- 1.4. El cajón inteligente *Cashkeeper*
  - 1.4.1. Definición
  - 1.4.2. Estructura
  - 1.4.3. Para qué sirve
  - 1.4.4. Beneficios de uso
- 1.5. Escaparate en Parafarmacia
  - 1.5.1. Consejos para tener un escaparate deslumbrante
  - 1.5.2. Distribución del escaparate
  - 1.5.3. La importancia del escaparate
  - 1.5.4. Colocación escaparate según temporada
- 1.6. *Sell in, sell out* en la Parafarmacia
  - 1.6.1. Diferencias entre *Sell In* y *Sell Out*
  - 1.6.2. ¿Qué es el *Sell in*?
  - 1.6.3. ¿Qué es el *Sell out*?
  - 1.6.4. El *Sell in* y el *Sell out* como indicadores del rendimiento



- 1.7. Los proveedores como *partners*
    - 1.7.1. Implicación de los proveedores
    - 1.7.2. *Merchandising*
    - 1.7.3. Tipo de proveedores
    - 1.7.4. Sinergia entre proveedor y Parafarmacia
  - 1.8. Marketing móvil en la Parafarmacia
    - 1.8.1. Definición
    - 1.8.2. Estructuras principales
    - 1.8.3. Objetivos
    - 1.8.4. Multidispositivo
  - 1.9. Marketing social en la Parafarmacia
    - 1.9.1. Definición
    - 1.9.2. Estructuras principales
    - 1.9.3. Objetivos
    - 1.9.4. Analizar las actitudes, creencias, valores y conductas
  - 1.10. Video marketing en la Parafarmacia
    - 1.10.1. Definición
    - 1.10.2. Estructuras principales
    - 1.10.3. Objetivos
    - 1.10.4. Contenido y formato del video
- 
- 2.3. Gestión de ventas
    - 2.3.1. Ventas de la actividad de la farmacia
    - 2.3.2. TPV como herramienta de ventas de la Parafarmacia
    - 2.3.3. Costes y Gastos
    - 2.3.4. Beneficio neto
  - 2.4. Margen de una Parafarmacia. PVL, PVF, PVP
    - 2.4.1. Qué es el PVL
    - 2.4.2. Cálculo del PVP
    - 2.4.3. Margen neto, diferencias entre el PVL PVF Y PVP
    - 2.4.4. Cómo mejorar el margen
    - 2.4.5. Amortización de la farmacia
  - 2.5. Plan de ventas de una Parafarmacia
    - 2.5.1. Cómo elaborar un plan de ventas
    - 2.5.2. Fidelización de clientes
    - 2.5.3. Planificación de incentivos a la venta
    - 2.5.4. Incentivos al personal para la venta
  - 2.6. Herramientas para estudiar las ventas de una Parafarmacia
    - 2.6.1. Experiencia de compra del cliente
    - 2.6.2. *Upselling*
    - 2.6.3. Venta Cruzada
    - 2.6.4. Packs
    - 2.6.5. Técnicas de ofertas para tu Parafarmacia
  - 2.7. Principales figuras fiscales en la parafarmacia
    - 2.7.1. Cuál elegir: S.L., C.B. o S.A. o autónomo
    - 2.7.2. Recargo de equivalencia
  - 2.8. Tipos de pago
    - 2.8.1. Pagos a proveedores
    - 2.8.2. Aplazamiento de los pagos
  - 2.9. Plan financiero
    - 2.9.1. Plan de inversiones
    - 2.9.2. Balance
    - 2.9.3. Presupuesto de caja
    - 2.9.4. Cuenta de pérdidas y ganancias provisional
    - 2.9.5. Plan de tesorería

## Módulo 2. Rentabilidad de la Parafarmacia

- 2.1. Contabilidad y finanzas de una Parafarmacia
  - 2.1.1. Aspectos básicos de contabilidad
  - 2.1.2. El activo en la contabilidad de la Parafarmacia
  - 2.1.3. El pasivo en la contabilidad de la Parafarmacia
  - 2.1.4. Tipos de IVA. Impuestos
- 2.2. Gestión de compras
  - 2.2.1. Proveedores
  - 2.2.2. Gestión de stock
  - 2.2.3. Productos A.B.C
  - 2.2.4. Tipos de compra en la Parafarmacia

- 2.10. El margen de beneficio de una Parafarmacia
  - 2.10.1. Negociación con proveedores
  - 2.10.2. Ahorro de costes en compras
  - 2.10.3. Descuentos de proveedores por pronto pago
  - 2.10.4. Aumentando el horario de la Parafarmacia

### Módulo 3. Plan de Marketing en la Parafarmacia

- 3.1. Conceptos de Marketing
  - 3.1.1. Introducción al Marketing General
  - 3.1.2. Estrategia de Producto
  - 3.1.3. Estrategia de Precio
  - 3.1.4. Segmentación y Posicionamiento
- 3.2. Objetivo de un plan de Marketing en la Parafarmacia
  - 3.2.1. Promover la implantación de actividades comerciales en el espacio de venta de la Parafarmacia
  - 3.2.2. Incrementar la venta de los productos de la Parafarmacia
  - 3.2.3. Rotación del stock de productos de la Parafarmacia
  - 3.2.4. Potenciar la marca de nuestra Parafarmacia y contrarrestar a la competencia
- 3.3. Campañas de marketing de la Parafarmacia. Tipos
  - 3.3.1. Campaña promocional
  - 3.3.2. Campaña testimonial
  - 3.3.3. Campaña de Marketing en RRSS
  - 3.3.4. Campaña de lanzamiento de producto
- 3.4. Pasos del plan de Marketing
  - 3.4.1. Realizar un análisis externo e interno. A nivel externo es necesario valorar
  - 3.4.2. DAFO
  - 3.4.3. Establecer la estrategia de comunicación y el plan de acción
  - 3.4.4. Planificación del plan de marketing: la campaña
  - 3.4.5. Comunicación al equipo
  - 3.4.6. Evaluación de la campaña



- 3.5. ¿Qué es el marketing viral en la Parafarmacia?
  - 3.5.1. Definición del marketing viral
  - 3.5.2. El boca oreja
  - 3.5.3. Alcance del marketing viral
  - 3.5.4. Ejemplos de marketing viral
- 3.6. La identidad de la Parafarmacia
  - 3.6.1. Tendencia de identidad
  - 3.6.2. Marketing para la identidad
  - 3.6.3. Técnicas de identidad
  - 3.6.4. Conclusiones
- 3.7. Técnicas venta cruzada
  - 3.7.1. Definición
  - 3.7.2. Principales técnicas
  - 3.7.3. Sacar beneficio
  - 3.7.4. Mejores practicas
- 3.8. *Merchandising* de la Parafarmacia
  - 3.8.1. Tipos de *Merchandising*
  - 3.8.2. Diferentes intereses del *Merchandising*
  - 3.8.3. Proveedor "Imagen de marca"
  - 3.8.4. El consumidor: elección del surtido, atractividad
- 3.9. Experiencia de compra del consumidor
  - 3.9.1. Tipo de cliente
  - 3.9.2. Personalización
  - 3.9.3. Comunicación con el cliente
  - 3.9.4. Nuevas tecnologías para comunicarnos con el cliente
- 3.10. Análisis de las ventas de la Parafarmacia
  - 3.10.1. Productos más vendidos
  - 3.10.2. Rotación del stock, periodicidad
  - 3.10.3. R.O.I
  - 3.10.4. Productos menos vendidos. Eliminación de stock

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***.



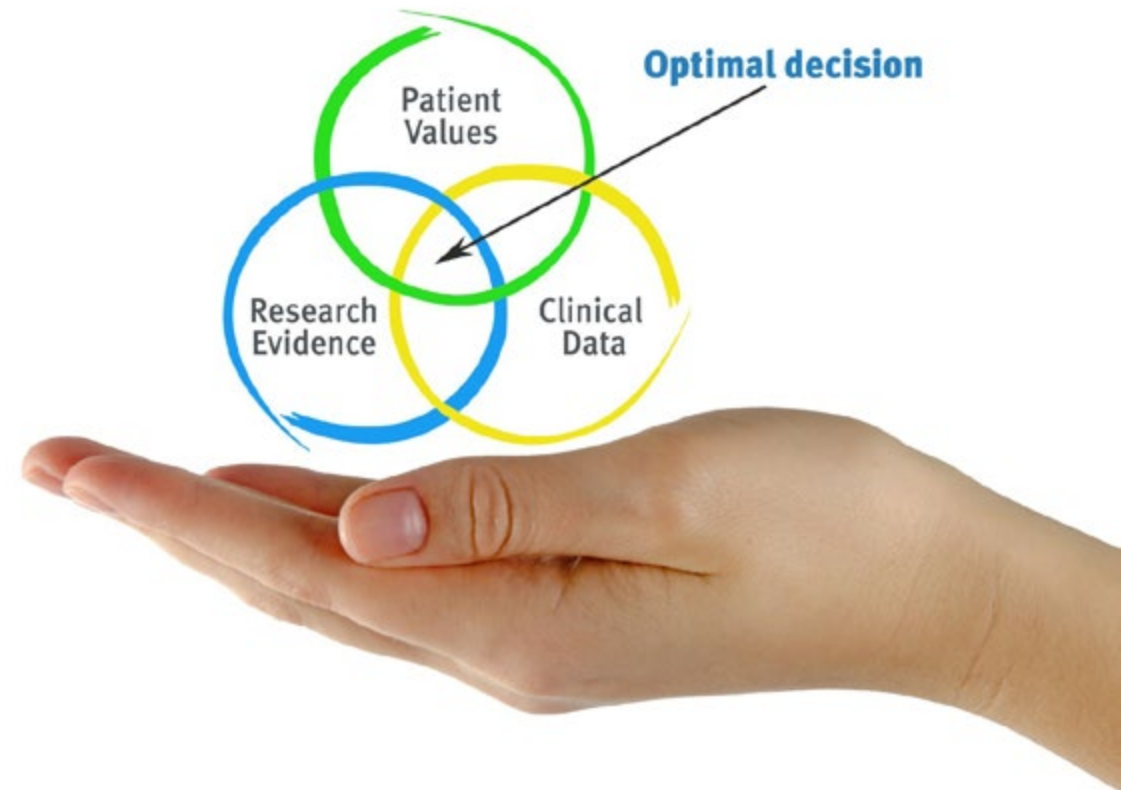


*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”*

## 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

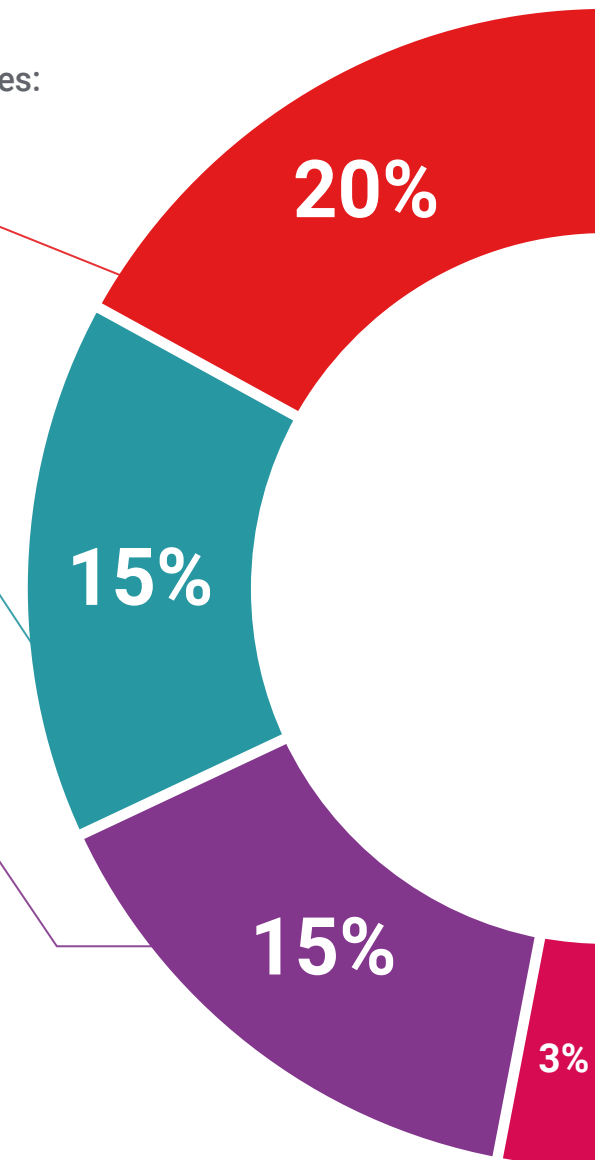
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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 Marketing Aplicado a la Parafarmacia 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 Marketing Aplicado a la Parafarmacia** 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 Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Marketing Aplicado a la Parafarmacia**

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**  
Marketing Aplicado  
a la Parafarmacia

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

Experto Universitario

Marketing Aplicado  
a la Parafarmacia



**tech**  
universidad