

Maestría Oficial Universitaria

Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech
universidad



Nº de RVOE: 20230363

Maestría Oficial Universitaria Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Idioma: Español

Modalidad: 100% online

Duración: 20 meses

Fecha de vigencia RVOE: 13/02/2023

Acceso web: www.techtute.com/mx/farmacia/maestria-universitaria/maestria-universitaria-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

Convalidación
de asignaturas

pág. 24

05

Objetivos docentes

pág. 30

06

Salidas profesionales

pág. 36

07

Idiomas gratuitos

pág. 40

08

Metodología de estudio

pág. 44

09

Cuadro docente

pág. 54

10

Titulación

pág. 76

11

Homologación del título

pág. 80

12

Requisitos de acceso

pág. 84

13

Proceso de admisión

pág. 88

01

Presentación del programa

La evolución del papel del farmacéutico ha llevado a una transformación en la gestión de las oficinas de farmacia, pasando de un enfoque centrado en la dispensación de medicamentos a un modelo de atención integral al paciente. La dirección efectiva de una Oficina de Farmacia implica habilidades de liderazgo, control financiero, manejo de inventarios y un conocimiento profundo de la normativa vigente. Por eso, los especialistas necesitan incorporar a su praxis diaria las estrategias más avanzadas de gestión para optimizar el funcionamiento de la farmacia y aportar valor tanto al negocio como a la salud de la comunidad. En este contexto, TECH lanza un innovador programa universitario 100% online focalizado en la Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia.

Este es el momento, te estábamos esperando





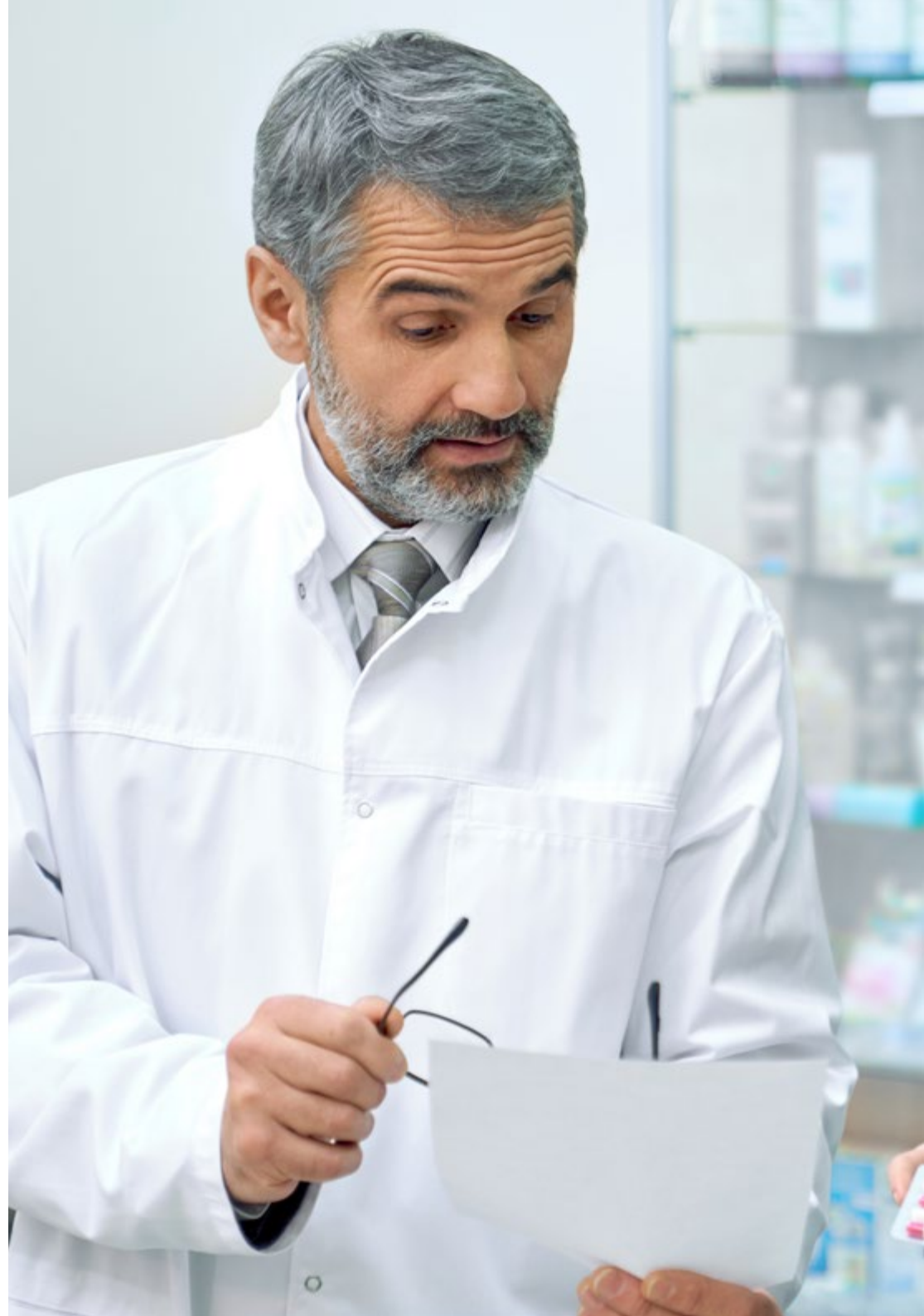
“

Mediante esta Maestría Oficial Universitaria 100% online, administrarás de forma eficiente la Oficina de Farmacia”

La Dirección y Gestión de un centro farmacéutico es un proceso complejo que implica múltiples aspectos esenciales para garantizar la seguridad y la calidad en la atención sanitaria brindada a los pacientes. En este sentido, la gestión de los recursos materiales es relevante en aras de velar por el suministro de los medicamentos necesarios para la sociedad. Además, la correcta planificación financiera se postula como otro aspecto clave, permitiendo disponer de un presupuesto adecuado y un sistema de contabilidad eficaz. Esto también desemboca en una gestión de costes eficiente que facilite mantener la rentabilidad y la sostenibilidad del centro.

En este marco, TECH presenta una revolucionaria Maestría Oficial Universitaria en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia. Diseñado por referencias en este ámbito, el itinerario académico realizará un exhaustivo recorrido por los fundamentos de la administración de estas instituciones, analizando su entorno y las mejores estrategias para la gestión de recursos humanos. En sintonía con esto, los materiales didácticos profundizarán en una variedad de instrumentos que permitirán a los egresados optimizar los procesos de compra y logística, centrándose también en el Marketing Farmacéutico para conseguir mayor visibilidad.

Cabe destacar que, para afianzar estos contenidos, TECH se basa en la revolucionaria metodología de *Relearning*. Este sistema de enseñanza se fundamenta en la reiteración de conceptos clave, para consolidar una comprensión óptima. El único requisito para los farmacéuticos es tener a su disposición un dispositivo electrónico (como un móvil, ordenador o *Tablet*) conectado a Internet, para acceder así al Campus Virtual y visualizar los contenidos en cualquier momento. Así aprenderán desde la comodidad de sus hogares, olvidándose de la asistencia presencial y de los incómodos horarios preestablecidos.





“

Desarrollarás todas las competencias necesarias que te permitirán dominar la gestión de equipos y la comunicación con los empleados”

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.

Te damos +

“

*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 currículum 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.



Universidad
online oficial
de la **NBA**



La universidad mejor valorada por sus alumnos

La web de valoraciones Trustpilot ha posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos. Este portal de reseñas, el más fiable y prestigioso porque verifica y valida la autenticidad de cada opinión publicada, ha concedido a TECH su calificación más alta, 4,9 sobre 5, atendiendo a más de 1.000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



03

Plan de estudios

El compendio de avanzados conocimientos que contiene el plan de estudios de la Maestría Oficial Universitaria dará la oportunidad al farmacéutico de reforzar su puesta al día en la materia. Para ello, y mediante el equipo docente, TECH ha dispuesto un enfoque global en los contenidos, con temas versátiles que facilitarán al alumno interiorizar las lecciones. Y todo esto mientras profundiza en herramientas de liderazgo y dirección en este sector.

*Un temario
completo y bien
desarrollado*





“

Este completo temario abarca la comunicación interna y su impacto en la farmacia para que su gestión te permita mejores resultados”

La naturaleza online de la titulación otorga la batuta al estudiante para que sea él el que decida cómo gestionar sus propios plazos académicos. En este sentido, las últimas tecnologías que la universidad pone a su disposición a lo largo de su experiencia académica jugarán a su favor para que el ciclo educativo vaya mucho más allá de la memorización.

En este sentido, TECH promueve a nivel internacional la metodología práctica del *Relearning*. Esta consiste en la reiteración sucesiva de los conceptos en diferentes recursos, tales como resúmenes interactivos, procedimientos de dirección de farmacias en vídeo, lecturas complementarias, casos prácticos... Así, la combinación de todos estos formatos incrementará el rendimiento académico del alumno, facilitándole dominar cada tema en menor tiempo.

“*TECH pone a tu disposición el mejor material didáctico para que te desenvuelvas con habilidad negociando con los proveedores*”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría Oficial Universitaria se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su smartphone. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.





En esta Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 10 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 20 meses de estudio.

Asignatura 1 La gestión responsable de la Oficina de Farmacia

Asignatura 2 Gestión económica-financiera de la Oficina de Farmacia

Asignatura 3 Dirección y gestión de los recursos humanos en la Oficina de Farmacia

Asignatura 4 Optimización de los procesos de compra y logística de la Oficina de Farmacia

Asignatura 5 La gestión del cliente

Asignatura 6 Mercadotecnia farmacéutica

Asignatura 7 Ventas en la Oficina de Farmacia

Asignatura 8 Comunicación en la Oficina de Farmacia

Asignatura 9 Gestión de los servicios profesionales de la Oficina de Farmacia

Asignatura 10 Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia

Los contenidos académicos de este programa abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. La gestión responsable de la Oficina de Farmacia

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

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

Asignatura 2. Gestión económica-financiera de la Oficina de Farmacia

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



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

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

Asignatura 3. Dirección y gestión de los recursos humanos en la Oficina de Farmacia

- 3.1. Modelos de organizaciones
 - 3.1.1. Estructura y organigramas
 - 3.1.2. Estructura funcional
 - 3.1.3. Estructura lineal
 - 3.1.4. Estructura divisional
 - 3.1.5. Estructura por proyecto
- 3.2. El equipo como motor. Perfil del titular y colaboradores
 - 3.2.1. ¿Qué es el equipo motor?
 - 3.2.2. Características
 - 3.2.3. Ventajas
- 3.3. Selección y entrevista de personal
 - 3.3.1. Planeación
 - 3.3.2. Reclutamiento
 - 3.3.3. Selección
- 3.4. Familiares en la Farmacia
 - 3.4.1. Planificar la sucesión familiar de la Farmacia
 - 3.4.2. ¿Quién puede ser farmacéutico de familia?
 - 3.4.3. ¿Qué pacientes pueden escoger un farmacéutico de familia?
 - 3.4.4. ¿Qué hace un farmacéutico de familia?
- 3.5. Definición de la misión. Grupos de interés o partes interesadas
 - 3.5.1. ¿Qué son los grupos de interés?
 - 3.5.2. ¿Qué son las partes interesadas y cómo impactan a la Oficina de Farmacia?
 - 3.5.3. Aplicación de la teoría de los grupos de interés

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

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

- 4.1. Los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento
 - 4.1.1. ¿Qué es un operador logístico?
 - 4.1.2. ¿Cuántos tipos de operadores logísticos existen y qué aportan en las empresas?
 - 4.1.3. ¿Qué tipos de servicios ofrece un operador logístico?
- 4.2. La compra
 - 4.2.1. Agentes que intervienen en un proceso de compra
 - 4.2.2. Tipos de compra dependiendo del consumidos
 - 4.2.3. Tipos de compra dependiendo del pago

- 4.3. Gestión y negociación de proveedores
 - 4.3.1. El poder de negociación de los proveedores
 - 4.3.2. Gestión de proveedores
 - 4.3.3. La clave de una buena negociación con los proveedores
- 4.4. La cadena de distribución
 - 4.4.1. La distribución como agente activo en la cadena de valor de medicamentos y productos farmacéuticos
 - 4.4.2. El futuro de la gestión de la cadena de distribución
 - 4.4.3. Cadena de suministro farmacéutica
- 4.5. El surtido de productos
 - 4.5.1. Cómo seleccionar los productos y servicios que debe tener la Farmacia
 - 4.5.2. Tipos de producto en la Farmacia
 - 4.5.3. Gestión de compras
- 4.6. La gestión del surtido
 - 4.6.1. Gestión de surtido en el punto de venta
 - 4.6.2. Gestión del surtido: claves para una explosión de productos
 - 4.6.3. Gestión del surtido de la farmacia desde las necesidades terapéuticas
- 4.7. Gestión de compras
 - 4.7.1. Las funciones de la gestión de compras
 - 4.7.2. Gestión de compras: actividades, conductas, tipos y el proceso de compra
 - 4.7.3. La gestión de compras en el área logística
- 4.8. Gestión de la existencia
 - 4.8.1. La gestión de existencia: su importancia, tipos, clasificación, evaluación y control
 - 4.8.2. Gestión de existencia: revisión y control inventario
 - 4.8.3. Gestión de existencias e inventarios
- 4.9. Los productos
 - 4.9.1. Productos farmacéuticos y su clasificación en el sector salud
 - 4.9.2. Clasificación de los productos de farmacéuticos
 - 4.9.3. ¿Cómo seleccionar los productos farmacéuticos?
- 4.10. Promoción y lanzamiento de novedades
 - 4.10.1. Campañas de lanzamiento de producto
 - 4.10.2. Lanzamiento de producto
 - 4.10.3. ¿Cómo promocionar el lanzamiento en internet?

Asignatura 5. La gestión del cliente

- 5.1. La farmacia como un espacio para la gestión de la salud
 - 5.1.1. Organización y gestión en salud
 - 5.1.2. Importancia del desarrollo de servicios cliente/paciente
 - 5.1.3. El farmacéutico y la salud pública
- 5.2. La comunicación para el abordaje del binomio cliente/paciente
 - 5.2.1. La comunicación con los pacientes
 - 5.2.2. La comunicación del farmacéutico con el médico y paciente
 - 5.2.3. Herramientas para una mejor comunicación cliente/paciente
- 5.3. Segmentación de clientes
 - 5.3.1. Qué es la segmentación de clientes
 - 5.3.2. Tipos de segmentación de clientes
 - 5.3.3. Segmentación de clientes aplicaciones prácticas
- 5.4. Fundamentos del comportamiento
 - 5.4.1. Comportamiento individual y organizacional
 - 5.4.2. Actitudes y congruencia
 - 5.4.3. Compromiso organizacional
 - 5.4.4. Inteligencia emocional
 - 5.4.5. Condicionamiento operante
- 5.5. Psicología y comportamiento del consumidor
 - 5.5.1. Comportamiento del consumidor: aportaciones de la psicología
 - 5.5.2. ¿Cómo influye la psicología en el comportamiento del consumidor?
 - 5.5.3. Modelos de la psicología del consumidor
- 5.6. Responsabilidad profesional, motor de la gestión
 - 5.6.1. La responsabilidad Social Empresarial: gestión estratégica
 - 5.6.2. Gestión la responsabilidad penal de las farmacias
 - 5.6.3. Responsabilidad profesional del farmacéutico
- 5.7. Cliente habitual y nuevo cliente
 - 5.7.1. Tipos de clientes
 - 5.7.2. ¿Cómo clasificar y segmentar a los clientes?
 - 5.7.3. ¿Qué es un cliente potencial y cómo convertirlo en cliente real?

- 5.8. Programas de fidelización de clientes
 - 5.8.1. ¿Qué son los programas de fidelización?
 - 5.8.2. Programa de fidelización y retención de clientes
 - 5.8.3. Plataforma de fidelización de clientes
- 5.9. Atención al cliente
 - 5.9.1. Servicio al cliente: qué es y cómo mejorarlo
 - 5.9.2. Servicio al cliente: estrategia y tendencias
 - 5.9.3. Servicio al cliente: elementos e importancia
- 5.10. Manejo de conflictos y estrés
 - 5.10.1. Técnicas de resolución de problemas para el manejo de estrés
 - 5.10.2. El estrés y el conflicto en las organizaciones
 - 5.10.3. Manejo de conflictos laborales

Asignatura 6. Mercadotecnia farmacéutica

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

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

Asignatura 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

- 7.1. Psicología y técnicas de venta
 - 7.1.1. Concepto
 - 7.1.2. Técnicas psicológicas de venta
 - 7.1.3. Técnicas de venta en farmacia

- 7.2. Ciclo de ventas
 - 7.2.1. ¿Qué es el ciclo de venta y la aceleración del ciclo de venta?
 - 7.2.2. Etapas del ciclo de ventas
 - 7.2.3. Fases del ciclo de ventas
- 7.3. Previsión de ventas
 - 7.3.1. ¿Qué es la previsión de venta?
 - 7.3.2. Cómo realizar una previsión de ventas
 - 7.3.3. Beneficios de la previsión de ventas
- 7.4. Políticas de fijación de precio
 - 7.4.1. Políticas de precios
 - 7.4.2. Estrategias y políticas en la fijación de precios
 - 7.4.3. Políticas para la fijación de precios de venta
- 7.5. Tipologías de productos
 - 7.5.1. Clasificación de productos
 - 7.5.2. Características de productos
 - 7.5.3. Tipos de producto
- 7.6. Orientación a la rentabilidad de los productos
 - 7.6.1. Análisis de rentabilidad en el mercado
 - 7.6.2. La orientación al mercado y sus efectos en los resultados
 - 7.6.3. La orientación al mercado: evolución y medición
- 7.7. Tipologías de compras y clientes
 - 7.7.1. Tipos de compras para cada cliente
 - 7.7.2. El comportamiento del consumidor y los tipos de compra
 - 7.7.3. Tipos de compra
- 7.8. Venta cruzada y venta aumentada
 - 7.8.1. Venta cruzada: el arte de incrementar las ventas
 - 7.8.2. Ventas aumentadas
 - 7.8.3. Producto complementario y producto de mejora u optimización
- 7.9. Situaciones comprometidas
 - 7.9.1. Administración de la fuerza de ventas
 - 7.9.2. El vendedor actual y los métodos de ventas
 - 7.9.3. Estrategias

- 7.10. Administración del comercio electrónico digital
 - 7.10.1. El comercio electrónico
 - 7.10.2. Del comercio electrónico a la administración electrónica
 - 7.10.3. Administración electrónica y comercio electrónicos

Asignatura 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

- 8.1. Características de la comunicación
 - 8.1.1. Habilidades comunicativas
 - 8.1.2. El médico como comunicador
 - 8.1.3. Comunicación estratégica en las empresas de salud
 - 8.1.4. Pauta publicitaria de salud en los medios masivos: responsabilidad compartida
- 8.2. Concepto y valor de la comunicación interna
 - 8.2.1. Concepto
 - 8.2.2. Tipos
 - 8.2.3. Objetivos
- 8.3. Comunicación con empleados
 - 8.3.1. Comunicación ámbito laboral
 - 8.3.2. Principios básicos de la comunicación
 - 8.3.3. Asesoramiento a los empleados
- 8.4. Gestión de conflictos
 - 8.4.1. Cómo resolverlos adecuadamente
 - 8.4.2. Técnicas de gestión de conflictos
 - 8.4.3. Manual de gestión y resolución de conflictos
- 8.5. Liderazgo y gestión de equipos
 - 8.5.1. La gestión de equipos de trabajo y liderazgo
 - 8.5.2. Técnicas de gestión de equipos y liderazgo
 - 8.5.3. Habilidades para el liderazgo de equipos
- 8.6. Comunicación con el cliente
 - 8.6.1. Claves de una comunicación efectiva con el cliente
 - 8.6.2. La comunicación con los clientes
 - 8.6.3. Comunicación con el cliente: la importancia del cómo, cuándo y qué

- 8.7. La imagen de la Oficina de Farmacia
 - 8.7.1. Imagen de la Oficina de Farmacia como comercio
 - 8.7.2. Construir la imagen corporativa de la farmacia
 - 8.7.3. Imagen corporativa de la Farmacia: elementos clave
- 8.8. Soportes técnicos de comunicación
 - 8.8.1. Soporte técnico presencial
 - 8.8.2. Técnicas de comunicación con los medios
 - 8.8.3. Herramientas del soporte técnico de comunicación
- 8.9. Estrategias para actuar en las redes sociales
 - 8.9.1. Estrategias de mercado
 - 8.9.2. Planificación y publicación
 - 8.9.3. Gestión de crisis en redes sociales
- 8.10. Mercadotecnia digital para captar y fidelizar clientes
 - 8.10.1. Estrategias para fidelizar clientes con mercadotecnia digital
 - 8.10.2. Estrategias para captar y fidelizar clientes
 - 8.10.3. Cómo fidelizar a los clientes de una tienda en línea
- 9.4. Requerimientos para el desarrollo de los servicios
 - 9.4.1. Contexto
 - 9.4.2. Conocimiento
 - 9.4.3. Interés
 - 9.4.4. Espacio
 - 9.4.5. Recursos
- 9.5. Oferta y seguimiento de los servicios
 - 9.5.1. La importancia del seguimiento comercial
 - 9.5.2. La importancia del desarrollo de servicios para la Farmacia
 - 9.5.3. Servicio de seguimiento farmacoterapéutico en Farmacia
- 9.6. Gestión económica de los servicios
 - 9.6.1. La gestión económica y de servicios
 - 9.6.2. Eficacia y eficiencia de la gestión económica de servicios
 - 9.6.3. Claves para optimizar la gestión económica y financiera
- 9.7. Control como actividad de gestión
 - 9.7.1. Tipos y fuentes de control
 - 9.7.2. La función de control en las organizaciones
 - 9.7.3. Control burocrático

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

- 9.1. Habilidades directivas
 - 9.1.1. Manejo de conflicto y estrés
 - 9.1.2. Control organizacional
 - 9.1.3. Modelo de control correctivo
- 9.2. Servicios que se pueden desarrollar en la Farmacia
 - 9.2.1. Clasificación de servicios
 - 9.2.2. Definición de los servicios básicos, complementarios y colaborativos del farmacéutico
 - 9.2.3. Cartera de servicios en Farmacia
 - 9.2.4. Servicios en la Oficina de Farmacia
- 9.3. Selección e implementación de servicios
 - 9.3.1. Servicios de selección
 - 9.3.2. Selección e implantación de un sistema de gestión de servicios
 - 9.3.3. Etapas de implementación para soluciones de servicio
- 9.8. Generalidades de la acreditación en Farmacia
 - 9.8.1. Definición
 - 9.8.2. Tipos de acreditación
 - 9.8.3. Procesos generales
- 9.9. Componentes a evaluar
 - 9.9.1. Laboratorio clínico
 - 9.9.2. Esterilización
 - 9.9.3. Farmacia
- 9.10. El sistema nacional farmacéutico
 - 9.10.1. Marco jurídico del sector farmacéutico
 - 9.10.2. Reformas en farmacia y equipamiento
 - 9.10.3. Fomento sanitario
 - 9.10.4. Jerarquía normativa en Farmacia
 - 9.10.5. Ley federal del procedimiento administrativo
 - 9.10.6. Ley federal del trabajo

Asignatura 10. Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia

- 10.1. La calidad
 - 10.1.1. Norma del Sistema de Gestión de la Calidad ISO-9001
 - 10.1.2. Calidad en la Oficina de Farmacia
 - 10.1.3. Información de calidad de Farmacia
- 10.2. Calidad en el campo de salud
 - 10.2.1. Evolución del pensamiento sanitario
 - 10.2.2. Evolución del modelo industrial
 - 10.2.3. Servicios de salud como empresas
- 10.3. Certificaciones de calidad de la Oficina de Farmacia
 - 10.3.1. Norma del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9000 y protocolos de actuación
 - 10.3.2. Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001
 - 10.3.3. Procesos de certificación
- 10.4. Gestión Estratégica y de Calidad Total (TQM)
 - 10.4.1. Objetivo de la gestión estratégica y de calidad (TQM)
 - 10.4.2. Modelo de gestión de calidad total en la estrategia corporativa
 - 10.4.3. Calidad Total (TQM) y mejora continua
- 10.5. Puntos de control e Indicadores de mejora
 - 10.5.1. Control e indicadores de gestión para el desarrollo empresarial
 - 10.5.2. Control y mejora continua de procesos
 - 10.5.3. Los indicadores clave para la mejora de procesos
- 10.6. Identificación de nichos estratégicos y ventajas competitivas
 - 10.6.1. Mercados de nichos
 - 10.6.2. Estrategias de nichos
 - 10.6.3. Beneficios de nichos
- 10.7. Cuadro de mandos
 - 10.7.1. ¿Qué es y para qué sirve un cuadro de mandos?
 - 10.7.2. Cuadro de mando integral
 - 10.7.3. Cuadro de mando de una empresa
- 10.8. Gestión orientada a la efectividad, eficiencia y productividad en la Oficina de Farmacia
 - 10.8.1. Transcendencia de la gestión de calidad en la Oficina de Farmacia
 - 10.8.2. Guías de práctica en la Oficina de Farmacia
 - 10.8.3. Indicadores de evaluación

- 10.9. Pensamiento sistémico
 - 10.9.1. Significado del pensamiento sistémico
 - 10.9.2. Pensamiento sistémico a nivel personal
 - 10.9.3. Pensamiento sistémico organizacional
- 10.10. Planificación y gestión estratégica
 - 10.10.1. ¿Qué es y para qué sirve?
 - 10.10.2. Planificación estratégica
 - 10.10.3. Gestión estratégica



*Con este plan de estudios
incorporarás a tus estrategias
herramientas de seguimiento
farmacoterapéutico
en la Farmacia”*

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Maestría Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:



Matricúlate en la Maestría Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Maestría Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Maestría Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.



¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

Esta Maestría Oficial Universitaria está diseñada para proporcionar al farmacéutico las últimas herramientas en esta materia, que impulsarán su liderazgo y optimizarán su gestión de oficinas de farmacia. Esto redundará en un perfeccionamiento de sus metodologías de trabajo y toma de decisiones en lo concerniente al centro, permitiéndole una planificación eficaz de los elementos clave. Todo esto y más en únicamente 10 asignaturas, las cuales ofrecerán la visión más actualizada e integral existente en el mercado sobre esta área.

*Living
SUCCESS*



“

Alcanzarás todas tus metas profesionales gracias a tu manejo de la Psicología del consumidor y la identificación de clientes potenciales”



Objetivos generales

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





Objetivos específicos

Asignatura 1. La gestión responsable de la Oficina de Farmacia

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

Asignatura 2. Gestión económica-financiera de la Oficina de Farmacia

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

Asignatura 3. Dirección y gestión de los recursos humanos en la Oficina de Farmacia

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

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

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

Asignatura 5. La gestión del cliente

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

Asignatura 6. Mercadotecnia farmacéutica

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

Asignatura 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

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

Asignatura 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

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





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

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

Asignatura 10. Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia

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

“

Este programa universitario marcará la diferencia para que implementes en la farmacia un sistema de gestión de calidad sumamente avanzado”

06

Salidas profesionales

El egresado de esta Maestría Oficial Universitaria presentará altas habilidades en todos los aspectos que implican la gestión eficaz de una Oficina de Farmacia, maximizando sus beneficios y, a su vez, el bienestar de los empleados. Por ello, las competencias adquiridas le permitirán analizar con precisión experta cualquier problemática del sector, proponiendo estrategias adaptadas que posicionen a su centro como una referencia.

Upgrading...





“

Te convertirás en un gerente de Farmacia que maximizará los beneficios del centro mientras aseguras el bienestar de tus empleados”

Perfil del egresado

Una vez finalizada la titulación universitaria, el egresado comprobará cómo esta alta preparación ha incrementado su bagaje profesional y opciones de empleabilidad. En este sentido, podrá desenvolverse en la gerencia de una oficina de farmacia, dirigiéndola de manera eficiente y efectiva mientras garantiza una atención de gran calidad a los clientes. Del mismo modo, tendrá la ocasión de trabajar como consultor del sector farmacéutico. Para ello, asesorará a empresas farmacéuticas, hospitales, clínicas y oficinas de farmacia en cuestiones de gestión, finanzas, Marketing y estrategia empresarial.

Estás a un solo paso de ser el potencial director de grandes empresas farmacéuticas o de convertirte en uno de los consultores más confiables del sector.

- ♦ **Liderazgo y coordinación de equipos:** Los profesionales desarrollan habilidades para dirigir y motivar al equipo de la farmacia, promoviendo un ambiente de trabajo colaborativo y orientado a la mejora continua en la atención al cliente
- ♦ **Gestión Financiera:** Los estudiantes adquieren competencias para analizar y optimizar los recursos económicos de la farmacia, asegurando la rentabilidad del negocio y la sostenibilidad en la gestión de inventarios y servicios
- ♦ **Comunicación y asesoramiento al cliente:** Los profesionales aprenden a interactuar de manera clara y empática con los clientes, ofreciendo asesoramiento personalizado y respondiendo a sus necesidades de salud y bienestar de forma accesible y comprensible
- ♦ **Capacidad de innovación en servicios farmacéuticos:** Los profesionales desarrollan habilidades para identificar oportunidades de mejora en los servicios ofrecidos, implementando soluciones innovadoras que mejoren la calidad de la atención y diferencien a la farmacia en el mercado



Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. Gerente de Oficina de Farmacia: Este profesional se encarga de liderar y administrar la oficina de farmacia, asegurando la eficiencia en las operaciones diarias y la rentabilidad del negocio.

Responsabilidades: Supervisar la gestión de inventarios y recursos financieros, coordinar al equipo de trabajo, mantener una atención al cliente de calidad y cumplir con la normativa farmacéutica vigente.

2. Consultor en Gestión de Farmacias: Este profesional asesora a farmacias y organizaciones sanitarias en la mejora de sus procesos de gestión, optimizando el funcionamiento y rendimiento de los servicios farmacéuticos.

Responsabilidades: Analizar las operaciones de la farmacia, identificar oportunidades de mejora, diseñar estrategias para optimizar recursos y servicios, y ofrecer soluciones innovadoras para la atención al cliente.

3. Responsable de Marketing Farmacéutico: Este especialista diseña y gestiona estrategias de marketing para promocionar los productos y servicios de la farmacia, mejorando su visibilidad y la fidelización de clientes.

Responsabilidades: Desarrollar campañas de marketing, gestionar redes sociales, implementar programas de fidelización y realizar estudios de mercado para adaptar la oferta de la farmacia a las necesidades de los clientes.

4. Coordinador de Servicios Farmacéuticos: Este profesional se encarga de implementar y supervisar servicios farmacéuticos complementarios, orientados a mejorar la salud de la comunidad y la calidad de vida de los pacientes.

Responsabilidades: Gestionar servicios como revisión de medicamentos, atención domiciliar y asesoría en salud, capacitar al personal en estos servicios y promover una atención personalizada y de valor añadido.

5. Director de Recursos Humanos en Farmacias: Este profesional gestiona el área de recursos humanos en la oficina de farmacia, enfocándose en la selección, formación y desarrollo del personal.

Responsabilidades: Realizar la selección y contratación del personal de la farmacia, organizar capacitaciones, coordinar turnos de trabajo y crear un entorno de trabajo colaborativo y orientado al desarrollo profesional.

6. Investigador en Gestión Farmacéutica: Investiga métodos y estrategias para mejorar la dirección y gestión de farmacias, contribuyendo a la innovación en el sector farmacéutico.

Responsabilidades: Realizar estudios y análisis de gestión en farmacias, desarrollar publicaciones académicas o informes técnicos y colaborar en proyectos de investigación con instituciones académicas o sanitarias.



Interactuarás de forma empática con los usuarios, ofreciendo asesoramiento personalizado sobre medicamentos y autocuidado”

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.

07

Idiomas gratuitos

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

*Acredita tu
competencia
lingüística*



“

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

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

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

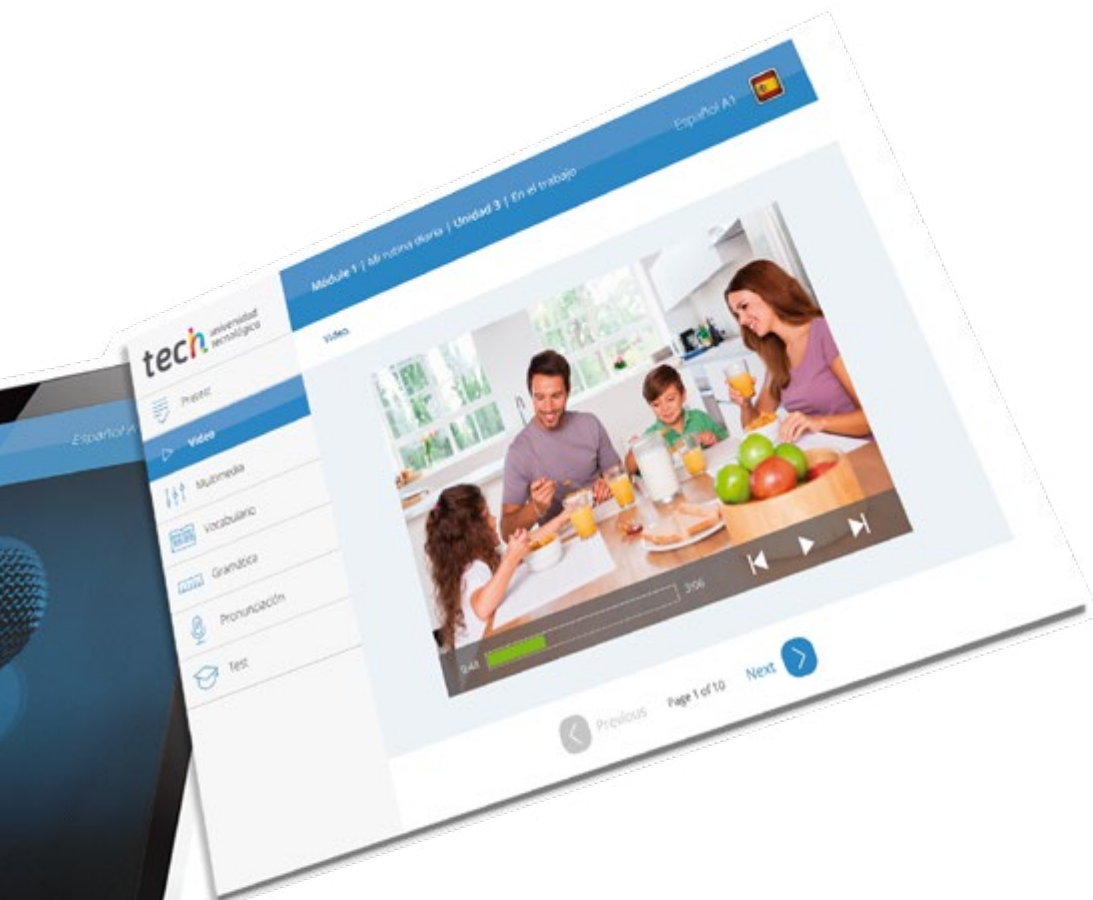
En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas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

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

“

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

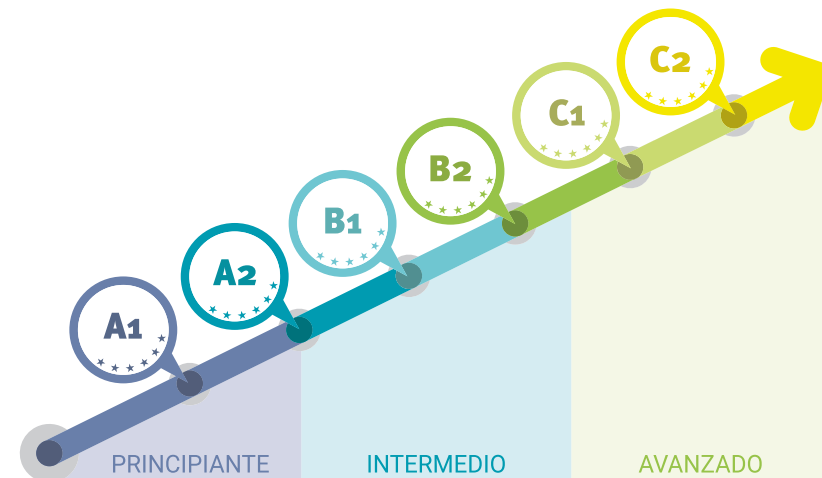




TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

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

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



08

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 intensivo 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.

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*



“

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 en la plataforma de reseñas Trustpilot, 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.



09

Cuadro docente

La filosofía de TECH se basa en ofrecer las titulaciones universitarias más completas y actualizadas del panorama académico, motivo por el que selecciona con minuciosidad sus claustros docentes. Para la impartición de esta Maestría Oficial Universitaria, se ha hecho con los servicios de los mejores especialistas en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia. De esta forma, dichos profesionales han confeccionado diversos materiales didácticos que sobresalen tanto por su excelsa calidad como por adaptarse a las demandas del mercado laboral actual. Así pues, los egresados se embarcarán en una experiencia inmersiva que les permitirá ampliar sus horizontes laborales.





“

Disfrutarás de un plan de estudios elaborado por auténticas referencias en el campo de la Dirección y Gestión de la 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 y 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 Media, 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 **synetizar 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



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”

Dirección



Dra. Auni3n Lavarías, María Eugenia

- Farmacéutica 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
- Asistente de Farmacia. Cadena de Farmacias. Minoristas de Salud y Belleza Británica Boots UK. Oxford Street Central London
- Licenciatura en Ciencia y Tecnología de los Alimentos. Universidad de Valencia
- Dirección del Curso Universitario Dermocosmética. Oficina de Farmacia



10

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.



“

Obtén un título oficial de la Maestría en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia y da un paso adelante en tu carrera profesional”

El plan de estudios de esta Maestría Oficial Universitaria en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20230363, de fecha 13/02/2023, en modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Al documento oficial de RVOE expedido por el SEP se puede acceder desde el siguiente enlace:



[Ver documento RVOE](#)



Supera con éxito este programa y recibe tu titulación oficial para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia”

Este título permitirá al alumno desempeñar las funciones profesionales al más alto nivel y su reconocimiento académico asegura que la formación cumple con los estándares de calidad y exigencia académica establecidos en México y a nivel internacional, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria con el que podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad como profesional, este programa **permitirá al alumno el acceso a los estudios de nivel de Doctorado** con el que progresar en la carrera académica. .

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

No. de RVOE: **20230363**

Fecha de vigencia RVOE: **13/02/2023**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional”

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia Deportivo** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Maestría en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.



El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título”

12

Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por el contexto normativo vigente.



“

Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales”

La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

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

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH Universidad en la dirección de correo electrónico: requisitosdeacceso@techtitute.com.

*Cumple con los requisitos de acceso
y consigue ahora tu plaza en esta
Maestría Oficial Universitaria.*





“

Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera”

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.





TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Máster Oficial Universitario más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Sólo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- ♦ Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (documento de identificación oficial, pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- ♦ Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: procesodeadmission@techtute.com.

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Maestría Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.



Nº de RVOE: 20230363

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

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **20 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **13/02/2023**

Maestría Oficial Universitaria

Dirección y Gestión de la Oficina de Farmacia

Nº de RVOE: 20230363

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech
universidad