

# Máster Título Propio

## Parafarmacia





## Máster Título Propio Parafarmacia

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/farmacia/master/master-parafarmacia](http://www.techtitute.com/farmacia/master/master-parafarmacia)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competencias

---

*pág. 14*

04

Dirección del curso

---

*pág. 18*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 24*

06

Metodología de estudio

---

*pág. 36*

07

Titulación

---

*pág. 46*

# 01

# Presentación

El mercado Parafarmacéutico prosigue su tendencia creciente con la venta y distribución de productos, especialmente vía online. Las nuevas tecnologías marcan el paso de este sector que comercializa millones de productos democosméticos, dietéticos o complementos alimenticios. Un escenario propicio para que el farmacéutico actualice sus conocimientos sobre la creación y gestión de un negocio en alza, que requiere de habilidades estratégicas para desenvolverse en los distintos modelos empresariales existentes. Por esta razón, TECH crea esta titulación que le permitirá profundizar en la elaboración de planes económico-financieros, la puesta en marcha de campañas de marketing y una completa puesta al día sobre la amplia gama de artículos en este sector. Todo sin presencialidad y con la flexibilidad de acceder al temario cuando y donde desee.



“

*Un Máster Título Propio que te dará las claves que necesitas para poder lanzar con garantías de éxito tu próximo proyecto de Parafarmacia”*

El ecosistema de ventas en Parafarmacia muestra una clara tendencia al alza de las compras vía online en una extensa gama de productos. La pandemia provocada por el coronavirus, así como las nuevas tecnologías digitales, han hecho que aumente el interés por las parafarmacias online y muchos profesionales opten por incorporar este modelo de negocio.

Una labor que requiere estar al día de las principales acciones de marketing y comerciales en el mundo digital, su combinación con otros negocios de Farmacia física ya existente, así como de todo el mercado que rodea al sector. En este sentido, TECH ha creado este Máster Título Propio que facilita al profesional la información más actual para que pueda impulsar la creación, el diseño e implantación de una Parafarmacia con éxito.

Sea cual sea su modalidad de empresa, el farmacéutico obtendrá en este programa una visión amplia y exhaustiva sobre esta industria, las herramientas necesarias para la creación de planes financieros, la comercialización de productos, la atención al cliente y el nuevo rol que ejerce sobre el equipo que trabaja en una Parafarmacia.

Se trata, por tanto, de una titulación universitaria orientada a aportar el temario más avanzado en tan solo 1.800 horas lectivas y con el mejor profesorado especializado del momento. Además, en este proceso de puesta al día el alumnado dispone de vídeo resúmenes de cada tema, vídeos en detalle, lecturas y casos de estudio que darán un mayor dinamismo y atractivo a esta titulación.

Sin duda, una oportunidad única de estar al tanto sobre todo lo que rodea a la Parafarmacia mediante una opción académica que no requiere de presencialidad, ni tiene clases con horarios fijos. Así, esta flexibilidad le permite al egresado poder acceder al temario cuando y donde desee. Tan solo necesita de un dispositivo electrónico con conexión a internet para visualizar, en cualquier momento, el contenido de este Máster Título Propio. Una ocasión inigualable que solo ofrece TECH.

Este **Máster Título Propio en Parafarmacia** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

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



*¿Quieres estar al tanto de los software empleados en la gestión de Parafarmacia? Hazlo a través de esta titulación e incorpóralos a tu negocio”*

“

*Esta titulación te llevará a ahondar en la relevante logística y los actores principales de la cadena de distribución de productos Parafarmacéuticos”*

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

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

*Gracias al método Relearning, empleado por TECH, reducirás las largas horas de estudio y memorización.*

*Profundiza en la rentabilidad de los productos Parafarmacéuticos y en las categorías existentes e intégralos en tu plan de negocio.*



# 02 Objetivos

El principal objetivo de este Máster Título Propio es aportar al farmacéutico la información más actual sobre la planificación, creación y gestión de una Parafarmacia, ya sea presencial u online. Para ello, TECH pone a disposición un temario avanzado que le permitirá estar al día de los últimos avances tecnológicos en este sector, en las herramientas para el control de ventas o para la comercialización de productos a través de páginas web. Un itinerario académico de primer nivel, donde el egresado estará acompañado por los mejores especialistas en el sector.



“

*Gracias a los casos de estudio facilitados en esta titulación podrás integrar las estrategias de Marketing más exitosas en tu Parafarmacia”*



## Objetivos generales

---

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





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Bases de la Parafarmacia

- ◆ Describir las principales diferencias actuales entre la línea que separa la Farmacia de la Parafarmacia
- ◆ Establecer los análisis de la competencia dentro del sector de la Parafarmacia
- ◆ Actualizar los conocimientos en torno al nuevo rol del personal de Parafarmacia
- ◆ Profundizar en las nuevas tecnologías empleadas en este tipo de negocios

### Módulo 2. Trade Marketing en la Parafarmacia

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

### Módulo 3. Dermocosmética en la Parafarmacia

- ◆ Efectuar un completo análisis del mercado de la cosmética y dermocosmética en la Farmacia/Parafarmacia
- ◆ Identificar los principales principios activos utilizados en dermocosmética
- ◆ Ahondar en la tendencia actual de la dermocosmética en Parafarmacia
- ◆ Indagar en el futuro tecnológico de la industria dermocosmética

#### **Módulo 4. Dietética-complementos alimenticios**

- ◆ Describir las diferencias existentes entre el complemento alimenticio, el nutricosmético y el suplemento alimenticio
- ◆ Identificar los usos actuales de la nutricosmética para la piel y el cabello
- ◆ Ahondar en los distintos tipos de formas galénicas
- ◆ Actualizar conocimientos sobre las plantas medicinales y sus acciones farmacológicas

#### **Módulo 5. Categorías de la Parafarmacia**

- ◆ Establecer las categorías más atractivas y comercializables de productos en Parafarmacia
- ◆ Analizar los principales productos naturales, de cuidado capilar e higiene existentes en Parafarmacia
- ◆ Identificar los nuevos productos existentes en ortopedia y su comercialización en Parafarmacia
- ◆ Ahondar en las estructuras y funciones de los productos distribuidos en Parafarmacia

#### **Módulo 6. Rentabilidad de la Parafarmacia**

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

#### **Módulo 7. Distribución Parafarmacéutica**

- ◆ Indagar sobre la tecnología más vanguardista utilizada en la distribución de productos parafarmacéuticos
- ◆ Profundizar en los actores más relevantes de la cadena de distribución
- ◆ Ahondar en el mercado parafarmacéutico y el análisis de la demanda de productos
- ◆ Establecer las recomendaciones esenciales para poder gestionar una Parafarmacia

#### **Módulo 8. Atención a la Parafarmacia**

- ◆ Aportar las claves para potenciar los consejos Parafarmacéuticos dados a los clientes
- ◆ Establecer las pautas de seguimiento y servicio postventa
- ◆ Ahondar en las líneas estratégicas y psicológicas en la atención al cliente
- ◆ Indicar las herramientas de fidelización de clientes existentes en Parafarmacia

#### **Módulo 9. Plan de Marketing en la Parafarmacia**

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



### Módulo 10. Parafarmacia online

- ◆ Definir la tipología de Parafarmacias online existentes en la actualidad
- ◆ Establecer los pros y contras de la puesta en marcha de este tipo de negocio en modalidad digital
- ◆ Ahondar en las diversas herramientas digitales disponibles para comercialización en línea
- ◆ Diseñar la creación de una Parafarmacia online, atendiendo a las últimas novedades tecnológicas

“

*Incorpora a tu Parafarmacia la tecnología más reciente en análisis dérmico facial, 3D y capilar gracias a esta opción académica vanguardista”*

# 03

## Competencias

Una vez concluya los 7 meses de duración de este Máster Título Propio, el egresado habrá conseguido potenciar sus competencias y habilidades para la dirección y gestión de Parafarmacias. Un sector que requiere de amplias capacidades para la coordinación de equipos, la atención al cliente y la comunicación efectiva con los principales proveedores de un mercado competitivo. Gracias a la perspectiva teórico-práctica de esta titulación, el alumnado conseguirá con éxito estar al tanto de dichas destrezas e incorporarlas a su praxis diaria.



“

*Lidera con garantías iniciativas innovadoras  
en Parafarmacia ya sea en tu negocio  
presencial u online”*



## Competencias generales

---

- ◆ Dominar las herramientas necesarias para la creación de una Parafarmacia
- ◆ Ampliar la capacidad de dirección y liderazgo de los profesionales que deseen emprender en el sector de la Parafarmacia
- ◆ Controlar los principales software empleados para la gestión de productos y control de ventas
- ◆ Potenciar las habilidades psicológicas utilizadas en la atención al cliente
- ◆ Ampliar la visión estratégica de negocios online y orientarla a la Parafarmacia
- ◆ Identificar las oportunidades de venta en las diferentes categorías de productos existentes en Parafarmacia



*Potencia tus capacidades de gestión de equipos en Parafarmacia a través del temario más avanzado sobre este sector”*





## Competencias específicas

---

- ◆ Desarrollar las estrategias de Marketing online más actuales para obtener un mayor rendimiento económico en la Parafarmacia
- ◆ Potenciar las habilidades para la atención del cliente durante la venta y en el proceso de seguimiento y postventa
- ◆ Emplear con éxito la imagen de marca de la Parafarmacia a través de las redes sociales
- ◆ Estar al día del nuevo rol del personal de Parafarmacia
- ◆ Dominar el mercado actual de los complementos alimenticios
- ◆ Implementar la última tecnología utilizada en Parafarmacia, especialmente en dermocosmética
- ◆ Emplear con éxito los multidispositivo de Marketing móvil en Parafarmacia
- ◆ Crear planes financieros acorde a las características y objetivos fijados en la Parafarmacia
- ◆ Aplicar las buenas prácticas medioambientales y de conservación en el negocio
- ◆ Poner en práctica políticas de gestión de equipos basándose en las últimas evidencias del *coaching*

# 04

## Dirección del curso

TECH ha reunido a un claustro que se distingue con su extenso conocimiento en el sector farmacéutico y la numerosa experiencia acumulada en esta industria. Asimismo, la calidad humana y profesional de este profesorado especializado ha sido determinante para su inclusión en este Máster Título Propio. De esta manera, el alumnado cuenta con la garantía de cursar un programa de primer nivel, diseñado por auténticos expertos conocedores de los entresijos del sector y de la Parafarmacia. Además, podrá resolver con este equipo cualquier duda que tenga sobre el contenido de esta titulación.



“

*Consagrados especialistas en el sector farmacéutico te llevarán a conocer las últimas tendencias sobre el mercado actual de la Parafarmacia”*

## Dirección



### Dña. Forner Puig, María José

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

## Profesores

### Dña. Sáenz Suárez, Lucía

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

### Dña. De la Casa Moreno, Inmaculada

- ◆ Esteticista/Dietista-Nutricionista en ARK AESTHETIC CENTER
- ◆ Dietista-nutricionista en Clínica DUAL
- ◆ Dietista-nutricionista en Unidad de Endocrinología y Diabetes del Hospital Clínico La Fe
- ◆ Esteticista y Dietista en Spa del Mar
- ◆ Auxiliar de clínica en Clínica Medibelia
- ◆ Esteticista y Quiromasajista en MASAJES A MIL
- ◆ Dietista-nutricionista en FUNDACIÓN JOSÉ NAVARRO
- ◆ Dietista-nutricionista en CENTRO MULTIDISCIPLINAR ATTRIUM
- ◆ Máster en Nutrición Personalizada y Comunitaria por la Universidad de Valencia
- ◆ Grado en Nutrición Humana y Dietética por la Universidad de Valencia

### Dña. López, Cristina

- ◆ CEO en Omoi Pharmacy Coach
- ◆ Técnico en Farmacia en diversas oficinas de farmacia
- ◆ Responsable de compras y selección de surtido en Dermocosmética
- ◆ Responsable de atención individualizada y gestión de consultas de dermo a pacientes
- ◆ Máster en dermofarmacia y cosmética
- ◆ Experta en Dermofarmacia, Cosmética Capilar, Medicina Natural y Aromaterapia
- ◆ Grado de Técnico en Farmacia y Parafarmacia

### Dña. Álvaro Casillas, Rocío

- ◆ CEO de Omoi Pharmacy Coach
- ◆ Técnica de Farmacia en diversas oficinas de farmacia
- ◆ Máster en Dermofarmacia y Cosmética
- ◆ Posgrado en Dermocosmética
- ◆ Técnica en Farmacia y Parafarmacia
- ◆ Técnica Superior en Administración y Finanzas

### Dña. Campos García, Silvia

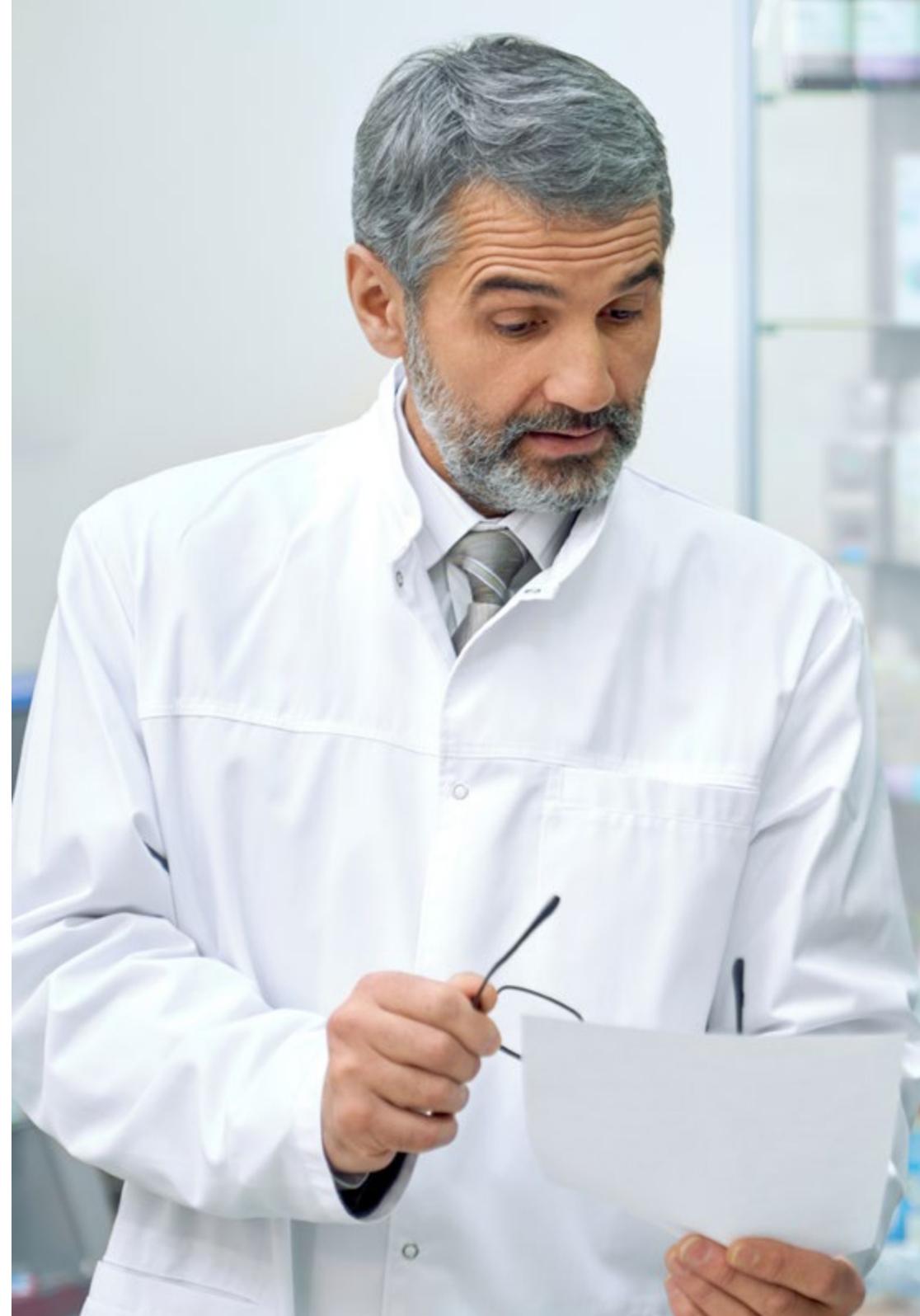
- ◆ Fundadora de Con Principio Activo, tu *farmacoach*
- ◆ Gerente de Hotel en Grupo 3 Galeón
- ◆ Titular de Oficina de Farmacia en Farmacia Silvia Campos
- ◆ Gerente de Centro de Estética en Beauty Sense
- ◆ Licenciada en Farmacia por la Universidad CEU San Pablo

**Dña. Muñoz Hidalgo, Beatriz**

- ◆ *Social Media Project Manager* en Onlypharma
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* en Ibáñez Farmacia
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* en Farnaschool
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* en SETSS y SIETeSS
- ◆ Doble Máster MBA + Marketing Digital por The Power MBA
- ◆ Máster en Periodismo Digital y Nuevas Narrativas por la Universitat Oberta de Catalunya
- ◆ Máster en Programas de TV de Entretenimiento Gestmusic Endemol por la Universidad Ramón Llull
- ◆ Graduada en Periodismo por la Universidad de Málaga

**Dña. Fuentes, Maribel**

- ◆ Directora de Farmacias grupo TRIZGO
- ◆ Consultora de Farmacia en Bidafarma
- ◆ Gerente Farmacéutica en GAN: Nutrición y Gastronomía
- ◆ Especializada en Dirección y Gestión de Oficinas de Farmacia por el San Telmo Business School
- ◆ Experta en Dietética y Nutrición
- ◆ Experta en Nutrición por la Universidad de Alcalá
- ◆ Licenciada en Farmacia por la Universidad de Sevilla





**Dña. Dubal, Lorena**

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

“

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

05

# Estructura y contenido

El profesorado que imparte esta titulación universitaria posee una dilatada experiencia en el sector farmacéutico, lo que queda de manifiesto en el temario de alta calidad de este Máster Título Propio. De esta manera, el profesional podrá ahondar durante 7 meses en los conceptos claves para el desarrollo y puesta en marcha de una Parafarmacia presencial u online. Además, podrá incorporar las últimas tecnologías existentes para el control financiero, de venta de producto o en la realización de campañas de Marketing. Un amplio recorrido que tendrá mayor dinamismo gracias a los materiales didácticos multimedia y al numeroso contenido pedagógico adicional.



“

*Estás ante una opción académica flexible que te permitirá compaginar tus actividades profesionales diarias con un Máster Título Propio de calidad”*

## Módulo 1. Bases de la Parafarmacia

- 1.1. La Parafarmacia. Evolución
  - 1.1.1. Historia de la Parafarmacia
  - 1.1.2. Evolución de la Parafarmacia
  - 1.1.3. Definición de Parafarmacia
  - 1.1.4. Diferencia entre Farmacia y Parafarmacia
- 1.2. Medición de los parámetros en Parafarmacia
  - 1.2.1. Definición de parámetros
  - 1.2.2. Estructura de parámetros
  - 1.2.3. Principales parámetros
  - 1.2.4. Análisis de parámetros en Parafarmacia
- 1.3. Productos principales en la Parafarmacia
  - 1.3.1. Cosméticos y productos de cuidado personal
  - 1.3.2. Complementos alimenticios
  - 1.3.3. Alimentación infantil
  - 1.3.4. Alimentos de uso médico especial
  - 1.3.5. Alimentos sustitutivos de la dieta
  - 1.3.6. Productos sanitarios
  - 1.3.7. Productos sanitarios de diagnóstico "in vitro" y autodiagnóstico
  - 1.3.8. Artículos de puericultura
  - 1.3.9. Biocidas
  - 1.3.10. Equipo de Protección Individual (EPI)
  - 1.3.11. Otros productos relacionados con la salud y el bienestar de venta en farmacias
- 1.4. Parafarmacia y salud
  - 1.4.1. Relación entre la Parafarmacia y la salud
  - 1.4.2. La salud como elemento central
  - 1.4.3. Vida saludable
  - 1.4.4. Conclusión
- 1.5. Tipos de Parafarmacias
  - 1.5.1. Parafarmacia privada
  - 1.5.2. Franquicia de Parafarmacia
  - 1.5.3. Parafarmacia grandes almacenes
  - 1.5.4. Parafarmacia en sector *Retail*

- 1.6. Análisis de la competencia
  - 1.6.1. Definición
  - 1.6.2. Objetivos
  - 1.6.3. Aplicaciones
  - 1.6.4. Resultados
- 1.7. Roles en la Parafarmacia
  - 1.7.1. Personal, ¿quién es quién?
  - 1.7.2. Gerencia en la Parafarmacia
  - 1.7.3. Personal técnico
  - 1.7.4. Personal administrativo
- 1.8. Coaching de equipos en Parafarmacia
  - 1.8.1. Recursos humanos
  - 1.8.2. Gestión del día a día
  - 1.8.3. Motivación
  - 1.8.4. Conclusiones
- 1.9. Elementos tecnológicos en Parafarmacia
  - 1.9.1. Definición
  - 1.9.2. Elementos tecnológicos en Parafarmacia
  - 1.9.3. Importancia de la tecnología en Parafarmacia
  - 1.9.4. Novedades tecnológicas en Parafarmacia
- 1.10. Responsabilidad social corporativa en Parafarmacia
  - 1.10.1. Definición
  - 1.10.2. Buenas prácticas medioambientales
  - 1.10.3. Buenas prácticas de conservación
  - 1.10.4. Buenas prácticas de atención al cliente

## Módulo 2. Trade Marketing en la Parafarmacia

- 2.1. Trade Marketing: funciones
  - 2.1.1. Definición del Trade Marketing
  - 2.1.2. Funciones del Trade Marketing farmacéutico
  - 2.1.3. Principales técnicas del Trade Marketing
  - 2.1.4. Las 4 P

- 2.2. Lineal de la Parafarmacia
  - 2.2.1. ¿Qué es el lineal de la Parafarmacia?
  - 2.2.2. Niveles de exposición
  - 2.2.3. Puntos calientes
  - 2.2.4. Puntos fríos
- 2.3. El mostrador
  - 2.3.1. Consejos para tener un mostrador deslumbrante
  - 2.3.2. Distribución del mostrador
  - 2.3.3. La importancia del mostrador
  - 2.3.4. Colocación mostradora según temporada
- 2.4. El cajón inteligente *Cashkeeper*
  - 2.4.1. Definición
  - 2.4.2. Estructura
  - 2.4.3. Para qué sirve
  - 2.4.4. Beneficios de uso
- 2.5. Escaparate en Parafarmacia
  - 2.5.1. Consejos para tener un escaparate deslumbrante
  - 2.5.2. Distribución del escaparate
  - 2.5.3. La importancia del escaparate
  - 2.5.4. Colocación del escaparate según temporada
- 2.6. *Sell In* y *Sell Out* en la Parafarmacia
  - 2.6.1. Diferencias entre *Sell In* y *Sell Out*
  - 2.6.2. ¿Qué es el *Sell In*?
  - 2.6.3. ¿Qué es el *Sell Out*?
  - 2.6.4. El *Sell In* y el *Sell Out* como indicadores del rendimiento
- 2.7. Los proveedores como *Partners*
  - 2.7.1. Implicación de los proveedores
  - 2.7.2. *Merchandising*
  - 2.7.3. Tipo de proveedores
  - 2.7.4. Sinergia entre proveedor y Parafarmacia

- 2.8. Marketing móvil en la Parafarmacia
  - 2.8.1. Definición
  - 2.8.2. Estructuras principales
  - 2.8.3. Objetivos
  - 2.8.4. Multidispositivo
- 2.9. Marketing social en la Parafarmacia
  - 2.9.1. Definición
  - 2.9.2. Estructuras principales
  - 2.9.3. Objetivos
  - 2.9.4. Analizar las actitudes, creencias, valores y conductas
- 2.10. Video Marketing en la Parafarmacia
  - 2.10.1. Definición
  - 2.10.2. Estructuras principales
  - 2.10.3. Objetivos
  - 2.10.4. Contenido y formato del video

### Módulo 3. Dermocosmética en la Parafarmacia

- 3.1. El mercado de la dermocosmética
  - 3.1.1. Definición
  - 3.1.2. Objetivos
  - 3.1.3. Análisis del mercado de la cosmética y dermocosmética en la Farmacia/Parafarmacia
  - 3.1.4. DAFO
- 3.2. Principios activos dermocosméticos
  - 3.2.1. Definición
  - 3.2.2. Principales principios activos
  - 3.2.3. Usos de los principios activos
  - 3.2.4. Beneficios de los principios activos
- 3.3. Principales fórmulas para productos de dermocosmética
  - 3.3.1. Definición
  - 3.3.2. Principales fórmulas
  - 3.3.3. Usos de las fórmulas
  - 3.3.4. Beneficios de las fórmulas

- 3.4. Fotoprotección en Parafarmacia
  - 3.4.1. Definición
  - 3.4.2. Principales fotoprotectores
  - 3.4.3. Usos de los fotoprotectores
  - 3.4.4. Beneficios de los fotoprotectores
- 3.5. Principales productos dermocosméticos
  - 3.5.1. Dermatológicas: para el tratamiento de pieles delicadas o con problemas
  - 3.5.2. Cosmética o selectiva: para rutinas más completas y ausencia de patologías en la piel
  - 3.5.3. Prémium: productos y cremas de alta cosmética, más avanzados e innovadores
  - 3.5.4. Natural o bio: compuesta por ingredientes de origen vegetal
- 3.6. Dermocosmética como prevención
  - 3.6.1. Origen
  - 3.6.2. Definición
  - 3.6.3. Objetivos
  - 3.6.4. Conclusiones
- 3.7. Importancia de la dermocosmética en la Parafarmacia
  - 3.7.1. La dermocosmética cada vez con más espacio en la Parafarmacia
  - 3.7.2. Tendencia del mercado de la dermocosmética en la Parafarmacia
  - 3.7.3. Colocación dermoestética en Parafarmacias
  - 3.7.4. Conclusión
- 3.8. Tipos de piel
  - 3.8.1. ¿Cómo identificar los tipos de piel?
  - 3.8.2. Los cuatro tipos de piel
  - 3.8.3. Evaluación del tipo
  - 3.8.4. Estado de la piel
- 3.9. Dermocosmética capilar
  - 3.9.1. Definición
  - 3.9.2. Definición de los objetivos
  - 3.9.3. Problemas capilares
  - 3.9.4. Tratamientos de los problemas con dermocosmética capilar



- 3.10. Última tecnología en dermocosmética
  - 3.10.1. Análisis dérmico facial
  - 3.10.2. Análisis capilar
  - 3.10.3. Análisis 3D
  - 3.10.4. Futuro tecnológico de la industria

## Módulo 4. Dietética-complementos alimenticios

- 4.1. Complementos alimenticios en el siglo XXI
  - 4.1.1. Definición
  - 4.1.2. Estructura
  - 4.1.3. ¿Para qué sirven?
  - 4.1.4. Principales productos
  - 4.1.5. Diferencias principales
- 4.2. Diferencias entre complemento alimenticio, nutricosmético y suplemento alimenticio
  - 4.2.1. Complemento alimenticio
  - 4.2.2. Nutricosmético
  - 4.2.3. Suplemento alimenticio
  - 4.2.4. Diferencias principales
- 4.3. Principales ingredientes en los complementos alimenticios
  - 4.3.1. Minerales
  - 4.3.2. Fibra
  - 4.3.3. Vitaminas
  - 4.3.4. Aminoácidos
  - 4.3.5. Ácidos Grasos Poliinsaturados (AGPI)
  - 4.3.6. Probióticos y plantas
- 4.4. Nutricosmética
  - 4.4.1. ¿Qué es la nutricosmética?
  - 4.4.2. Cosmético o nutricosmético
  - 4.4.3. Usos de los nutricosméticos: piel
  - 4.4.4. Usos de los nutricosméticos: cabello
- 4.5. Formas galénicas y complementos alimenticios
  - 4.5.1. ¿Qué son las formas galénicas?
  - 4.5.2. Distintos tipos de formas galénicas
  - 4.5.3. Formas galénicas tradicionales
  - 4.5.4. Formas galénicas modernas
- 4.6. Dietética y nutrición
  - 4.6.1. Diferencias y similitudes entre ambas
  - 4.6.2. Ramas de la nutrición y dietética
  - 4.6.3. Dietas
  - 4.6.4. Tipos de dietas
- 4.7. Plantas medicinales
  - 4.7.1. Breve introducción a la fitoterapia
  - 4.7.2. ¿Qué son las plantas medicinales?
  - 4.7.3. ¿Para qué sirven las plantas medicinales?
  - 4.7.4. ¿Cuáles son las principales plantas medicinales y su principal acción farmacológica?
- 4.8. Vitaminas y minerales
  - 4.8.1. ¿Qué tipo de vitaminas se venden en una Parafarmacia?
  - 4.8.2. Distintos tipos de vitaminas y minerales: complejos vitamínicos
  - 4.8.3. Los más vendidos
  - 4.8.4. El mercado de las vitaminas
- 4.9. Mercado de los complementos alimenticios
  - 4.9.1. Complementos alimenticios: "una tendencia al alza"
  - 4.9.2. Autoconsumo
  - 4.9.3. Cuáles son los más vendidos
  - 4.9.4. Tipos
- 4.10. Tecnología aplicada a la dietética
  - 4.10.1. Últimos avances tecnológicos
  - 4.10.2. La innovación tecnológica
  - 4.10.3. Principales avances tecnológicos
  - 4.10.4. Principales aplicaciones

## Módulo 5. Categorías de la Parafarmacia

- 5.1. Natural
  - 5.1.1. Definición
  - 5.1.2. Estructura
  - 5.1.3. Para qué sirve
  - 5.1.4. Principales productos
- 5.2. Cuidado capilar
  - 5.2.1. Definición
  - 5.2.2. Estructura
  - 5.2.3. ¿Para qué sirve?
  - 5.2.4. Principales productos
- 5.3. Hombre
  - 5.3.1. Definición
  - 5.3.2. Estructura
  - 5.3.3. Para qué sirve
  - 5.3.4. Principales productos
- 5.4. Infantil (alimentación e higiene)
  - 5.4.1. Definición
  - 5.4.2. Estructura
  - 5.4.3. Para qué sirve
  - 5.4.4. Principales productos
- 5.5. Higiene
  - 5.5.1. Definición
  - 5.5.2. Estructura
  - 5.5.3. Para qué sirve
  - 5.5.4. Principales productos
- 5.6. Cuidado bucal
  - 5.6.1. Definición
  - 5.6.2. Estructura
  - 5.6.3. Para qué sirve
  - 5.6.4. Principales productos

- 5.7. Cuidado personal
  - 5.7.1. Definición
  - 5.7.2. Estructura
  - 5.7.3. Para qué sirve
  - 5.7.4. Principales productos
- 5.8. Botiquín
  - 5.8.1. Definición
  - 5.8.2. Estructura
  - 5.8.3. Para qué sirve
  - 5.8.4. Principales productos
- 5.9. Ortopedia
  - 5.9.1. Definición
  - 5.9.2. Estructura
  - 5.9.3. Para qué sirve
  - 5.9.4. Principales productos
- 5.10. Óptica
  - 5.10.1. Definición
  - 5.10.2. Estructura
  - 5.10.3. Para qué sirve
  - 5.10.4. Principales productos

## Módulo 6. Rentabilidad de la Parafarmacia

- 6.1. Contabilidad y finanzas de una Parafarmacia
  - 6.1.1. Aspectos básicos de contabilidad
  - 6.1.2. El activo en la contabilidad de la Parafarmacia
  - 6.1.3. El pasivo en la contabilidad de la Parafarmacia
  - 6.1.4. Tipos de IVA. Impuestos
- 6.2. Gestión de compras
  - 6.2.1. Proveedores
  - 6.2.2. Gestión de stock
  - 6.2.3. Productos ABC
  - 6.2.4. Tipos de compra en la Parafarmacia

- 6.3. Gestión de ventas
  - 6.3.1. Ventas de la actividad de la farmacia
  - 6.3.2. TPV como herramienta de ventas de la Parafarmacia
  - 6.3.3. Costes y gastos
  - 6.3.4. Beneficio neto
- 6.4. Margen de una Parafarmacia. PVL, PVF y PVP
  - 6.4.1. ¿Qué es el PVL?
  - 6.4.2. Cálculo del PVP
  - 6.4.3. Margen neto, y diferencias entre el PVL PVF y PVP
  - 6.4.4. Cómo mejorar el margen
  - 6.4.5. Amortización de la farmacia
- 6.5. Plan de ventas de una Parafarmacia
  - 6.5.1. Cómo elaborar un plan de ventas
  - 6.5.2. Fidelización de clientes
  - 6.5.3. Planificación de incentivos a la venta
  - 6.5.4. Incentivos al personal para la venta
- 6.6. Herramientas para estudiar las ventas de una Parafarmacia
  - 6.6.1. Experiencia de compra del cliente
  - 6.6.2. *Upselling*
  - 6.6.3. Venta cruzada
  - 6.6.4. *Packs*
  - 6.6.5. Técnicas de ofertas para una Parafarmacia
- 6.7. Principales figuras fiscales en la parafarmacia
  - 6.7.1. ¿Cuál elegir?: SL, CB, SA o autónomo
  - 6.7.2. Recargo de equivalencia
- 6.8. Tipos de pago
  - 6.8.1. Pagos a proveedores
  - 6.8.2. Aplazamiento de los pagos

- 6.9. Plan financiero
  - 6.9.1. Plan de inversiones
  - 6.9.2. Balance
  - 6.9.3. Presupuesto de caja
  - 6.9.4. Cuenta de pérdidas y ganancias provisional
  - 6.9.5. Plan de tesorería
- 6.10. El margen de beneficio de una Parafarmacia
  - 6.10.1. Negociación con proveedores
  - 6.10.2. Ahorro de costes en compras
  - 6.10.3. Descuentos de proveedores por pronto pago
  - 6.10.4. Aumentando el horario de la Parafarmacia

## Módulo 7. Distribución Parafarmacéutica

- 7.1. Tecnología innovadora para la distribución parafarmacéutica
- 7.2. Logística
  - 7.2.1. Preparación de los pedidos
  - 7.2.2. Entrega de los pedidos
  - 7.2.3. Albaranes y facturas
  - 7.2.4. Buenas prácticas
- 7.3. Cadena de distribución de productos de Parafarmacia
  - 7.3.1. Actores de la distribución: ¿quiénes son?
  - 7.3.2. ¿Qué es un mayorista?
  - 7.3.3. ¿Qué es un distribuidor?
  - 7.3.4. ¿Qué es un grupo de compras?
  - 7.3.5. La Parafarmacia como punto final de venta al cliente
- 7.4. Gestión TIC del almacén de la Parafarmacia
  - 7.4.1. ¿Qué es el almacén de la Parafarmacia?
  - 7.4.2. Gestión de pedidos y aprovisionamiento
  - 7.4.3. Recepción o entrada de mercancía
  - 7.4.4. Almacenamiento y colocación de los productos

- 7.5. Mercado parafarmacéutico
  - 7.5.1. Presentación y definición del mercado en cifras
  - 7.5.2. El mercado interno
  - 7.5.3. Análisis de la demanda: uso de productos de belleza y cuidado personal. Comportamiento de compra del consumidor
  - 7.5.4. Estructura del mercado
- 7.6. Gestión de stock
  - 7.6.1. Gestión óptima del stock en la Parafarmacia
  - 7.6.2. El inventario óptimo de la Parafarmacia se basa en el análisis de 10 variables
  - 7.6.3. Coeficiente de rotación y niveles óptimos en la gestión del stock de la Parafarmacia
  - 7.6.4. Conclusiones
- 7.7. Tipos de pedido de la Parafarmacia
  - 7.7.1. Gestión de pedidos en la Parafarmacia
  - 7.7.2. ¿Qué tipos de pedidos hay en una Parafarmacia?
  - 7.7.3. ¿Cómo se hacen los pedidos?
  - 7.7.4. Otras opciones
- 7.8. Calidad de los productos de la Parafarmacia
  - 7.8.1. Etiquetado de los productos
  - 7.8.2. Código nacional de los productos de Parafarmacia como garantía de calidad
  - 7.8.3. Imagen de calidad de los productos de Parafarmacia
  - 7.8.4. La Parafarmacia como canal de venta asegura la calidad de los productos
- 7.9. Cliente final
  - 7.9.1. Venta activa
  - 7.9.2. Recomendaciones para pasar de la venta activa a la venta consejo
  - 7.9.3. El conocimiento del cliente
  - 7.9.4. El cliente final
- 7.10. Claves para la gestión de la Parafarmacia
  - 7.10.1. Consejos para optimizar la gestión de la Parafarmacia
  - 7.10.2. Áreas de gestión de la Parafarmacia
  - 7.10.3. Consejos prácticos
  - 7.10.4. Conclusiones

## Módulo 8. Atención de la Parafarmacia

- 8.1. Consejo parafarmacéutico
  - 8.1.1. ¿Qué es y cómo debe ser el consejo parafarmacéutico?
  - 8.1.2. La importancia del consejo parafarmacéutico para el cliente
  - 8.1.3. Consulta en la Parafarmacia
  - 8.1.4. Conclusiones
- 8.2. El farmacéutico/parafarmacéutico como consultor de salud
  - 8.2.1. Su importancia como experto en salud
  - 8.2.2. Personalización para el cliente
  - 8.2.3. Seguimiento del cliente
  - 8.2.4. Servicio de postventa
- 8.3. Psicología del cliente
  - 8.3.1. Espacio de salud para el cliente
  - 8.3.2. Consultas de dietética y belleza
  - 8.3.3. Conocimiento del cliente
  - 8.3.4. Estrategias con los clientes
- 8.4. Fidelización del cliente
  - 8.4.1. El consejo del farmacéutico como herramienta para fidelizar al cliente
  - 8.4.2. Herramientas de fidelización de clientes
  - 8.4.3. Asesoramiento continuo al cliente
  - 8.4.4. El cliente como centro del negocio
- 8.5. Córner de salud en Parafarmacia
  - 8.5.1. Optimizar ventas
  - 8.5.2. Aumentar las ventas en la Parafarmacia
  - 8.5.3. Atención al cliente personalizada según sus necesidades de salud
  - 8.5.4. Conclusiones
- 8.6. Tipos de clientes
  - 8.6.1. La importancia de un equipo alineado con la estrategia de la Parafarmacia
  - 8.6.2. Clasificación de clientes
  - 8.6.3. Trato al cliente según su clasificación
  - 8.6.4. El equipo de la Parafarmacia como consejero de salud para el cliente

- 8.7. *Smart Lockers*
  - 8.7.1. Iniciándonos con *Smart Locker*
  - 8.7.2. Sacar rendimiento a mi *Smart Lockers*
  - 8.7.3. Necesidades de uso *Smart Lockers*
  - 8.7.4. La Parafarmacia como paradigma tecnológico
- 8.8. Atención personalizada
  - 8.8.1. Identifica al cliente
  - 8.8.2. Cuida a tu cliente
  - 8.8.3. La comunicación con el cliente es la herramienta prioritaria para cerrar la venta
  - 8.8.4. Conclusiones
- 8.9. Las nuevas tecnologías en la Parafarmacia
- 8.10. Formación al cliente
  - 8.10.1. Talleres formativos
  - 8.10.2. Charlas sobre productos
  - 8.10.3. Marketing dirigido a la formación del cliente
  - 8.10.4. Conclusiones

## Módulo 9. Plan de Marketing en la Parafarmacia

- 9.1. Conceptos de Marketing
  - 9.1.1. Introducción al Marketing general
  - 9.1.2. Estrategia de producto
  - 9.1.3. Estrategia de precio
  - 9.1.4. Segmentación y posicionamiento
- 9.2. Objetivo de un plan de Marketing en la Parafarmacia
  - 9.2.1. Promover la implantación de actividades comerciales en el espacio de venta de la Parafarmacia
  - 9.2.2. Incrementar la venta de los productos de la Parafarmacia
  - 9.2.3. Rotación del stock de productos de la Parafarmacia
  - 9.2.4. Potenciar la marca de nuestra Parafarmacia y contrarrestar a la competencia
- 9.3. Campañas de Marketing de la Parafarmacia. Tipos
  - 9.3.1. Campaña promocional
  - 9.3.2. Campaña testimonial
  - 9.3.3. Campaña de Marketing en RRSS
  - 9.3.4. Campaña de lanzamiento de producto

- 9.4. Pasos del plan de Marketing
  - 9.4.1. Realizar un análisis externo e interno
  - 9.4.2. DAFO
  - 9.4.3. Establecer la estrategia de comunicación y el plan de acción
  - 9.4.4. Planificación del plan de Marketing: la campaña
  - 9.4.5. Comunicación al equipo
  - 9.4.6. Evaluación de la campaña
- 9.5. ¿Qué es el Marketing viral en la Parafarmacia?
  - 9.5.1. Definición del Marketing viral
  - 9.5.2. El boca-oreja
  - 9.5.3. Alcance del Marketing viral
  - 9.5.4. Ejemplos de Marketing viral
- 9.6. La identidad de la Parafarmacia
  - 9.6.1. Tendencia de identidad
  - 9.6.2. Marketing para la identidad
  - 9.6.3. Técnicas de identidad
  - 9.6.4. Conclusiones
- 9.7. Técnicas de venta cruzada
  - 9.7.1. Definición
  - 9.7.2. Principales técnicas
  - 9.7.3. Sacar beneficio
  - 9.7.4. Mejores practicas
- 9.8. *Merchandising* de la Parafarmacia
  - 9.8.1. Tipos de *Merchandising*
  - 9.8.2. Diferentes intereses del *Merchandising*
  - 9.8.3. Proveedor de la imagen de marca
  - 9.8.4. El consumidor: elección del surtido y atractividad
- 9.9. Experiencia de compra del consumidor
  - 9.9.1. Tipo de cliente
  - 9.9.2. Personalización
  - 9.9.3. Comunicación con el cliente
  - 9.9.4. Nuevas tecnologías para comunicarnos con el cliente

- 9.10. Análisis de las ventas de la Parafarmacia
  - 9.10.1. Productos más vendidos
  - 9.10.2. Rotación del stock y periodicidad
  - 9.10.3. ROI
  - 9.10.4. Productos menos vendidos. Eliminación de stock

## Módulo 10. Parafarmacia online

- 10.1. Distintas formas de Parafarmacia online
  - 10.1.1. Definición de una Parafarmacia online
  - 10.1.2. La Parafarmacia online como *e-commerce*: una nueva manera de comprar online
  - 10.1.3. La Parafarmacia online como una gran oportunidad de negocio
  - 10.1.4. Emprendimiento online
- 10.2. Ventajas de una Parafarmacia online
  - 10.2.1. Mayor alcance
  - 10.2.2. Abierto 24/7
  - 10.2.3. Menor coste y mayor beneficio
  - 10.2.4. Estrategia de Marketing digital
- 10.3. Desventajas de una Parafarmacia online
  - 10.3.1. Desconfianza de internet
  - 10.3.2. No se puede tocar el producto
  - 10.3.3. Acceso a internet por parte de personas de la 3ª edad
  - 10.3.4. Competencia del sector
- 10.4. Web 3D
  - 10.4.1. Definición
  - 10.4.2. Mercado
  - 10.4.3. Técnicas
  - 10.4.4. Conclusión
- 10.5. Comercio electrónico: la nueva normalidad
  - 10.5.1. Efecto COVID-19: aumento de las ventas online
  - 10.5.2. Herramienta online de compra
  - 10.5.3. Recogida en tienda
  - 10.5.4. Atrae tráfico a la Parafarmacia física



- 10.6. La compra digital
  - 10.6.1. Oferta y precio
  - 10.6.2. Confianza del cliente
  - 10.6.3. Servicio de postventa
  - 10.6.4. Experiencia de compra del cliente
- 10.7. Cómo crear tu Parafarmacia online. Consejos
  - 10.7.1. Establece unos objetivos. Un buen nombre para tu e-commerce-Parafarmacia online
  - 10.7.2. Certificado SSL
  - 10.7.3. Construye tu web con profesionales
  - 10.7.4. *Web Responsive*
  - 10.7.5. Embudo de ventas
  - 10.7.6. Crea una buena página de inicio
  - 10.7.7. Descripción de los productos
  - 10.7.8. Postventa
- 10.8. Posicionamiento de la Parafarmacia online (SEO)
  - 10.8.1. SEO local para referenciarse localmente
  - 10.8.2. SEO para posicionar las categorías, marcas o productos de tu Parafarmacia online
  - 10.8.3. Publica contenidos que se posicionan en Google: blog y Marketing de contenidos
  - 10.8.4. Haz un buen plan de *Backlinks*
- 10.9. Redes sociales en la Parafarmacia online
  - 10.9.1. Principales RRSS: Facebook, Instagram, YouTube y LinkedIn
  - 10.9.2. ¿Qué hacer para vender a través de las redes sociales?
  - 10.9.3. Analiza a tu competencia
  - 10.9.4. ¿Qué podemos hacer para ganar seguidores?
- 10.10. SEM en la Parafarmacia online
  - 10.10.1. ¿Cómo hacer una campaña de SEM?
  - 10.10.2. Google Ads: ¿qué es?
  - 10.10.3. Facebook Ads: ¿qué es?
  - 10.10.4. Elegir una agencia de Marketing digital SEO y SEM

06

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo 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.



“

*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

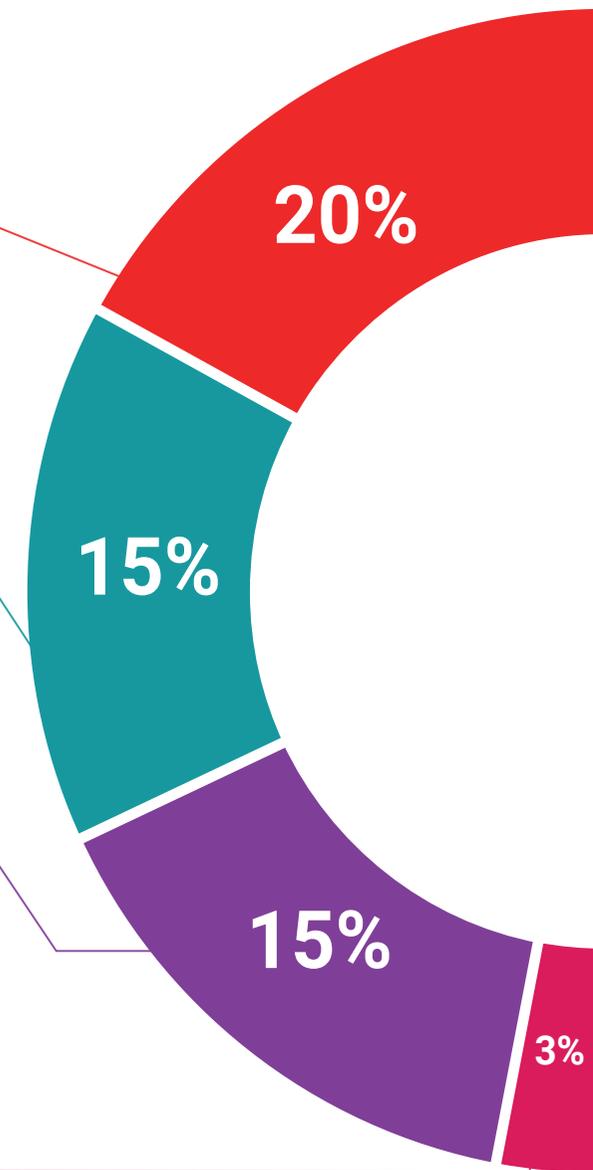
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

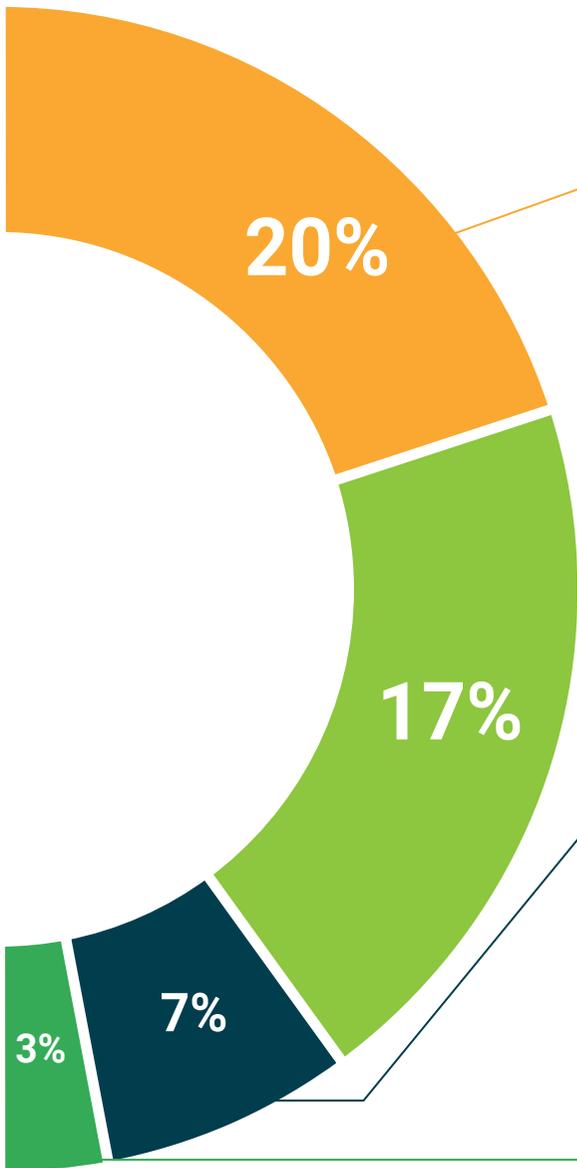
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



#### 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.



07

# Titulación

El Máster Título Propio en Parafarmacia garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster Título Propio en Parafarmacia** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

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

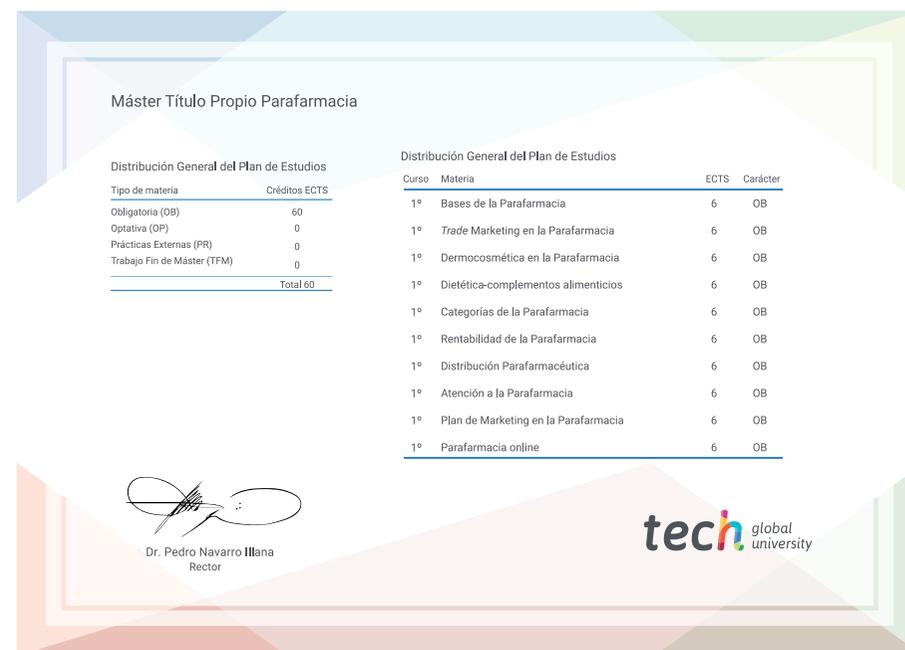
Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Título Propio en Parafarmacia**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**.



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

salud futuro  
confianza personas  
educación información tutores  
garantía acreditación enseñanza  
instituciones tecnología aprendizaje  
comunidad compromiso  
atención personalizada innovación  
conocimiento presente calidad  
desarrollo web formación  
aula virtual idiomas



## Máster Título Propio Parafarmacia

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Máster Título Propio

## Parafarmacia

