

Mestrado Próprio

MBA em Direção e Gestão
de Farmácia





tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

MBA em Direção e Gestão de Farmácia

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/farmacia/mestrado-proprio/mestrado-proprio-mba-direcao-gestao-farmacia

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 38

06

Metodologia

pág. 46

07

Certificado

pág. 54

01

Apresentação

O atendimento do farmacêutico sempre foi um dos pilares de apoio à população em geral. Atualmente, esta relevância assumiu um papel mais relevante, o que exige que o profissional seja capacitado ou atualizado de forma mais detalhada e completa. Neste Mestrado Próprio proporcionamos aos profissionais de farmácia as ferramentas de gestão e administração necessárias para desenvolver a atividade com a solvência necessária nas áreas mais práticas. São especialistas responsáveis por determinar a força de mercado de uma farmácia.



“

*O mais completo conhecimento do
MBA em Direção e Gestão de Farmácia
reunido para você em um programa de
capacitação da mais alta qualidade"*

Este MBA é uma resposta a uma importante necessidade de atualização e crescimento na área de Farmácia. Atualmente, isto responde, entre outras coisas, ao crescimento da profissão e à demanda por farmácias no setor público, o que torna esta capacitação uma grande oportunidade para profissionais de farmácia em cargos administrativos e gerenciais.

O conhecimento do profissional não deve mais se limitar à farmacologia e ao domínio do farmacêutico sobre a saúde, mas requer competências que permitam seu posicionamento no mundo dos negócios de maneira estável e competitiva.

Através de um método de estudo comprovado, você será capaz de adquirir habilidades nas áreas de direção e gestão, bem como nas áreas essenciais do desenvolvimento empresarial.



Este MBA em Direção e Gestão de Farmácia lhe ajudará a se manter atualizado para oferecer um atendimento completo e de qualidade"

Este **MBA em Direção e Gestão de Farmácia** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ Desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente prático fornece informações científicas e úteis sobre aquelas disciplinas indispensáveis para a prática profissional
- ◆ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Ênfase particular em metodologias inovadoras
- ◆ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet

“

Este Mestrado Próprio representa o melhor investimento na seleção de um programa de atualização, por duas razões: além de atualizar seus conhecimentos na área, permitirá impulsionar qualquer farmácia rumo ao sucesso”

Seu corpo docente inclui profissionais especializados que trazem sua experiência de trabalho para esta capacitação, assim como especialistas reconhecidos de sociedades líderes e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva, programada para capacitar através de situações reais.

Este programa de estudos se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o farmacêutico deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, o especialista contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, desenvolvido por especialistas reconhecidos e com ampla experiência na área do MBA em Direção e Gestão de Farmácia.

Aumente sua confiança na tomada de decisões, atualizando seus conhecimentos através deste Mestrado Próprio.

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los à sua prática diária.



02

Objetivos

O objetivo deste completíssimo Mestrado é acompanhar e impulsionar os estudantes em um processo de crescimento profissional que permitirá alcançar outro nível de atuação. Com os conhecimentos mais interessantes e atualizados do momento, em uma formação centrada de maneira intensiva na prática.





“

Uma atualização completa e eficiente sobre a Direção e Gestão de Farmácia que lhe permitirá atingir outro nível de intervenção”



Objetivos gerais

- ◆ Adquirir os conhecimentos e técnicas imprescindíveis para assumir e organizar as responsabilidades organizativas de uma farmácia
- ◆ Aprender sobre gestão responsável
- ◆ Saber como administrar a área financeira da farmácia
- ◆ Saber como gerenciar todos os aspectos de Recursos Humanos
- ◆ Aprender sobre o cliente/paciente em todos os seus aspectos
- ◆ Analisar os processos de aquisição e as formas mais eficientes de logística
- ◆ Saber gerenciar todos os aspectos do RH
- ◆ Analisar processos de marketing
- ◆ Estudar a gestão de vendas
- ◆ Aprender sobre comunicação externa e interna
- ◆ Aprender sobre a gestão de serviços de farmácia
- ◆ Conhecer tudo o que você precisa saber sobre controle de qualidade, normas e certificações



Objetivos realistas que se transformarão em um avanço imediato em seu trabalho"





Objetivos específicos

Módulo 1. Gestão responsável da farmácia

- ◆ Aprender sobre o papel da farmácia comunitária
- ◆ Estudar técnicas de promoção da saúde em farmácia comunitária
- ◆ Aprender como implementar boas práticas em farmácia comunitária
- ◆ Capacitar-se sobre a utilização adequada dos medicamentos e produtos de Saúde
- ◆ Conhecer o segredo profissional
- ◆ Analisar a responsabilidade social corporativa aplicada à farmácia
- ◆ Aprender sobre a organização da farmácia

Módulo 2. Gestão econômico-financeira da farmácia

- ◆ Analisar os fundamentos da gestão de farmácia
- ◆ Aprender a usar índices financeiros e econômicos na farmácia
- ◆ Saber como realizar inventários

Módulo 3. Direção e Gestão de RH para a Farmácia

- ◆ Aprender sobre modelos organizacionais.
- ◆ Saber como realizar o recrutamento e a entrevista de funcionários.
- ◆ Conhecer sobre interdependências e liderança
- ◆ Estudar os modelos de gestão.
- ◆ Estudar sobre Recursos Humanos em Farmácia
- ◆ Aprender sobre a prevenção de riscos ocupacionais
- ◆ Organização e comunicação interna

Módulo 4. Melhoria dos processos de compra e logística da farmácia

- ◆ Conhecer os operadores logísticos e seus modelos de abastecimento
- ◆ Aprender como gerenciar fornecedores e todos os processos antes e depois da compra de produtos
- ◆ Aprender como administrar o estoque
- ◆ Saber como promover e lançar novos produtos

Módulo 5. Gestão cliente/paciente

- ◆ Analisar a comunicação com o cliente/paciente
- ◆ Reconhecer a segmentação do cliente
- ◆ Aprender sobre psicologia do consumidor
- ◆ Saber como implementar programas de fidelização de clientes
- ◆ Módulo 6. Marketing farmacêutico
- ◆ Estudar os fundamentos do marketing farmacêutico e de relacionamento
- ◆ Aprender sobre a pesquisa de mercado da farmácia
- ◆ Estudar sobre Merchandising farmacêuticos, publicidade e promoção
- ◆ Conhecer os processos de digitalização de farmácias, marketing estratégico e micromarketing

Módulo 7. Vendas de farmácia

- ◆ Aprofundar conhecimentos sobre a psicologia aplicada às técnicas de venda
- ◆ Saber como funciona o ciclo de vendas
- ◆ Saber fazer projeções de vendas
- ◆ Entender diferentes políticas de preços
- ◆ Analisar as diferentes tipologias de produtos
- ◆ Conhecer as técnicas para a rentabilidade dos produtos
- ◆ Abordar diferentes tipos de compras e clientes
- ◆ Conhecer os princípios básicos de cross selling e up selling
- ◆ Saber agir em situações comprometedoras
- ◆ Conhecer os fundamentos da Gestão do Comércio Eletrônico Digital

Módulo 8. Comunicação de farmácia

- ◆ Aprender sobre comunicação interna e gestão de conflitos
- ◆ Ver formas de comunicação com o cliente
- ◆ Conhecer a importância da imagem da farmácia
- ◆ Estudar os meios técnicos de comunicação
- ◆ Incorporar estratégias de ação nas redes sociais
- ◆ Aprender sobre Marketing digital para captar e fidelizar clientes

Módulo 9. Gestão dos serviços profissionais da farmácia

- ◆ Analisar os serviços que podem ser desenvolvidos na farmácia
- ◆ Estudar como realizar a seleção e implementação de serviços e que requisitos eles têm



Módulo 10. Gestão da Qualidade na Farmácia

- ◆ Conhecer a certificação de qualidade da farmácia
- ◆ Aprender como realizar a Gestão Estratégica e de Qualidade Total (TQM)
- ◆ Saber quais são os Pontos de Controle e os Indicadores de Melhoria
- ◆ Identificar nichos estratégicos e vantagens competitivas

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- ◆ Analisar o impacto da globalização na governança e no governo corporativo
- ◆ Avaliar a importância da liderança eficaz na direção e sucesso das empresas
- ◆ Definir as estratégias de gestão intercultural e sua relevância em ambientes empresariais diversos
- ◆ Desenvolver habilidades de liderança e entender os desafios atuais que os líderes enfrentam
- ◆ Determinar os princípios e práticas da ética empresarial e sua aplicação na tomada de decisões corporativas
- ◆ Estruturar estratégias para a implementação e melhoria da sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- ◆ Determinar a relação entre a direção estratégica e a gestão de recursos humanos
- ◆ Explorar as competências necessárias para a gestão eficaz de recursos humanos por competências
- ◆ Explorar as metodologias para a avaliação de desempenho e a gestão do desempenho
- ◆ Integrar as inovações na gestão de talentos e seu impacto na retenção e fidelização de pessoal
- ◆ Desenvolver estratégias para a motivação e o desenvolvimento de equipes de alto desempenho

- ◆ Propor soluções eficazes para a gestão da mudança e a resolução de conflitos nas organizações

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- ◆ Analisar o ambiente macroeconômico e sua influência no sistema financeiro nacional e internacional
- ◆ Definir os sistemas de informação e Business Intelligence para a tomada de decisões financeiras
- ◆ Diferenciar decisões financeiras chave e a gestão de riscos na direção financeira
- ◆ Avaliar estratégias para o planejamento financeiro e a obtenção de financiamento empresarial

Módulo 14. Gestão Executiva

- ◆ Definir o conceito de General Management e sua relevância na direção de empresas
- ◆ Avaliar as funções e responsabilidades do executivo na cultura organizacional
- ◆ Analisar a importância da gestão de operações e da gestão da qualidade na cadeia de valor
- ◆ Desenvolver a comunicação interpessoal e as habilidades de falar em público para a formação de porta-vozes

03

Competências

Este programa científico foi desenvolvido especificamente para garantir que os alunos concluam a especialização com a capacidade real de aplicar os conhecimentos adquiridos. Estas novas habilidades lhes proporcionarão uma capacidade de trabalho muito maior e darão a seus curriculum uma nova vantagem competitiva, o que é essencial no mercado de trabalho atual.



“

Inclua em sua capacitação as habilidades necessárias para trabalhar na área de direção e gestão de farmácias com segurança e conhecimento das exigências atuais do setor”



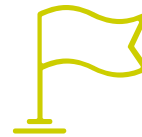
Competências gerais

- ◆ Liderar e dirigir projetos de menor ou maior intensidade e complexidade na área da Farmácia
- ◆ Gerenciar de forma fluida todos os aspectos envolvidos em uma Farmácia
- ◆ Gerenciar com sucesso todas as áreas em que esta ação se desenvolve

“

Melhore suas habilidades com nossa capacitação de alta qualidade e avance em sua carreira”





Competências específicas

- ◆ Agir com a capacidade de analisar e diagnosticar problemas
- ◆ Dominar ferramentas de gestão empresarial avançada,
- ◆ Proporcionar uma visão global e estratégica de todas as áreas operacionais da empresa
- ◆ Realizar a gestão econômica e financeira
- ◆ Administrar os Recursos Humanos
- ◆ Melhorar a intendência e logística
- ◆ Gerenciar a relação paciente/cliente
- ◆ Lidar com as técnicas de vendas mais inovadoras
- ◆ Estabelecer estratégias de comunicação
- ◆ Projetar e implementar serviços a serem oferecidos na farmácia
- ◆ Implementar um sistema de gestão de qualidade
- ◆ Assumir responsabilidades e pensar de forma transversal e abrangente para analisar e resolver situações em ambientes de incerteza

04

Direção do curso

Este Mestrado Próprio é a oportunidade para aprender com os melhores profissionais, com um corpo docente formado por especialistas da área que investem seus conhecimentos teóricos e práticos para levar os alunos ao mais alto nível de qualificação. Com os métodos de ensino mais atualizados e eficazes no mercado de ensino online





“

Uma oportunidade inigualável de aprender e crescer profissionalmente com os melhores especialistas da área”

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de aquisição de talentos, Jennifer Dove é especialista em recrutamento e estratégia tecnológica. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista Fortune 50, como NBCUniversal e Comcast. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de Recursos Humanos para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é criar equipes diversas, inclusivas e de alto desempenho que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de amplificar a marca empregadora e a proposta de valor da Mastercard através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de Recursos Humanos e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, integrar tecnologias nos processos de recrutamento e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de bem-estar laboral que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal, Nova York, Estados Unidos
- Responsável pela Seleção de Pessoal na Comcast
- Diretora de Seleção de Pessoal na Rite Hire Advisory
- Vice-presidente Executiva da Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoal na Valerie August & Associates
- Executiva de Contas na BNC
- Executiva de Contas na Vault
- Graduada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami



Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência em **grandes multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier se destacou no campo dos **serviços em nuvem** e na melhoria de processos de ponta a ponta. Ele foi reconhecido como um líder e gestor de equipes altamente eficiente, mostrando um talento natural para garantir um alto nível de compromisso entre seus colaboradores.

Rick possui habilidades inatas em estratégia e inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua trajetória na **Amazon** lhe permitiu administrar e integrar os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas responsáveis por fornecer infraestrutura de TI corporativa e apoiar departamentos de engenharia de produtos em toda a companhia.

Essa experiência permitiu que Rick se destacasse como um executivo de alto impacto, com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



Sr. Rick Gauthier

- Diretor Regional de TI na Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Chefe de Programas Sênior na Amazon
- Vice-Presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia Produtiva na Microsoft
- Graduado em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado Técnico em *Mergulho Comercial* pelo Divers Institute of Technology
- Graduado em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los à sua prática diária”

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um renomado especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo dessa trajetória extensa, assumiu diferentes riscos e é um **defensor permanente da inovação e mudança** no cenário empresarial. Com essa expertise, colaborou com diretores gerais e organizações corporativas de todo o mundo, incentivando-os a abandonar os modelos tradicionais de negócios. Assim, contribuiu para que empresas como a energética Shell se tornassem **verdadeiros líderes de mercado**, focadas em seus **clientes** e no **mundo digital**.

As estratégias desenvolvidas por Arman têm um impacto duradouro, pois permitiram a várias corporações **melhorar as experiências dos consumidores, funcionários e acionistas**. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **engajamento dos funcionários** nas instituições onde atuou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, em sua trajetória profissional, nutriu e **liderou equipes de alto desempenho** que, inclusive, receberam prêmios por seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: satisfazer as complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar uma “descarbonização rentável”** e **revisar um panorama fragmentado de dados, digital y tecnológico**. Assim, seus esforços evidenciaram que, para alcançar um sucesso sustentável, é fundamental partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação dos processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o diretor se destaca por seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, tema em que possui um pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiências em **IoT** e o **Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Shell
- Gerente Nacional de Contas Chave (fabricantes de equipamentos originais e varejistas de automóveis) para Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor Sênior de Gestão (Setor de Serviços Financeiros) para Accenture em Singapura
- Graduado pela Universidade de Leeds
- Pós-graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores pela London Business School
- Certificação Profissional em Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital Executiva pelo IMD



Você deseja atualizar seus conhecimentos com a mais alta qualidade educacional? A TECH disponibiliza os conteúdos mais atualizados do mercado acadêmico, elaborados por especialistas de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. Atualmente, ele ocupa o cargo de Gerente Global de Compras na divisão de Infraestrutura Técnica e Centros de Dados da Google, onde construiu a maior parte de sua carreira profissional. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como a integridade de dados mestres, as atualizações de dados de fornecedores e priorização desses dados. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a avaliação de risco do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo marketing, análise de mídia, mensuração e atribuição. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o Prêmio de Liderança BIM, o Prêmio de Liderança em Pesquisa, o Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação e o Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como Gerente de Vendas em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como Analista Sênior da Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos fatores macroeconômicos e políticos/regulatórios que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Também liderou equipes em empresas como Eaton, Airbus e Siemens, onde adquiriu valiosa experiência em gestão de contas e cadeia de suprimentos. Destaca-se especialmente seu trabalho para superar continuamente as expectativas através da construção de relações valiosas com os clientes e trabalhando de forma fluida com pessoas em todos os níveis de uma organização, incluindo stakeholders, gestão, membros da equipe e clientes. Seu enfoque orientado por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis para os desafios da indústria o tornaram um líder proeminente em seu campo.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras no Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsável Principal de Análise e Tecnologia B2B no Google, Estados Unidos
- Diretor de Vendas no Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior no Google, Alemanha
- Gestor de Contas no Google, Irlanda
- Accounts Payable na Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadeia de Suprimentos na Airbus, Alemanha



Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de prestígio internacional na área"

Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um experiente executivo de Marketing cujos projetos tiveram um impacto significativo no setor da Moda. Ao longo de sua bem-sucedida carreira, desenvolveu diversas tarefas relacionadas a Produtos, Merchandising e Comunicação, sempre associado a marcas de prestígio como Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre outras.

Os resultados desse executivo de alto perfil internacional estão ligados à sua comprovada capacidade de sintetizar informações em estruturas claras e executar ações concretas alinhadas com objetivos empresariais específicos. Além disso, é reconhecido por sua proatividade e adaptação a ritmos acelerados de trabalho. Este especialista também possui uma forte consciência comercial, visão de mercado e uma verdadeira paixão pelos produtos.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising na Giorgio Armani, supervisionou diversas estratégias de Marketing para roupas e acessórios. Suas táticas foram centradas no varejo e nas necessidades e comportamentos dos consumidores. Neste cargo, La Sala também foi responsável pela comercialização de produtos em diferentes mercados, atuando como chefe de equipe nos departamentos de Design, Comunicação e Vendas.

Por outro lado, em empresas como Calvin Klein e Gruppo Coin, empreendeu projetos para impulsionar a estrutura, o desenvolvimento e a comercialização de diferentes coleções. Também criou calendários eficazes para campanhas de compra e venda, para campanhas gerenciando termos, custos, processos e prazos de entrega de diferentes operações.

Essas experiências tornaram Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados líderes corporativos no setor da Moda e Luxo, com uma alta capacidade de implementação eficaz do posicionamento positivo de diferentes marcas e redefinição de indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de Mercado na Fastweb
- Graduado em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão esperando por você na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?”

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações** e **gerar ações** concretas a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



Sr. Mick Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague



Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional"

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial** nos **negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem"

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua liderança estratégica e habilidade para impulsionar mudanças e inovação em organizações esportivas de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como **Diretor de Comunicações e Impacto** na **NASCAR**, sediada na **Florida, Estados Unidos**. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo **Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico** e **Diretor Geral de Assuntos Comerciais**, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o **desenvolvimento estratégico** até o **Marketing de entretenimento**.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas principais franquias esportivas de Chicago. Como **Vice-Presidente Executivo** das franquias dos **Chicago Bulls** e dos **Chicago White Sox** ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o **sucesso empresarial e estratégico** no mundo do **esporte profissional**.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no **campo esportivo** enquanto trabalhava em **Nova York** como **principal analista estratégico** para **Roger Goodell** na **National Football League (NFL)** e, anteriormente, como **estagiário jurídico** na **Federação de Futebol dos Estados Unidos**.



Sr. Eric Nyquist

- Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, Flórida, Estados Unidos
- Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico na NASCAR
- Vice-Presidente de Planejamento Estratégico na NASCAR
- Diretor Geral de Assuntos Comerciais na NASCAR
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago White Sox
- Vice-Presidente Executivo nas Franquias Chicago Bulls
- Gerente de Planejamento Empresarial na National Football League (NFL)
- Assuntos Comerciais / Estagiário Jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos
- Doutor em Direito pela Universidade de Chicago
- Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Booth School of Business da Universidade de Chicago
- Formado em Economia Internacional pelo Carleton College



Com este curso universitário 100% online, você poderá conciliar seus estudos com suas atividades diárias, contando com o apoio dos principais especialistas internacionais na área do seu interesse. Faça sua matrícula hoje mesmo!"

Direção



Sra. María Eugenia Aunió Lavarías

- ♦ Farmacêutica especialista em Nutrição Clínica
- ♦ Autora do livro de referência na área de Nutrição Clínica, Gestión Dietética del Sobrepeso en la Oficina de Farmacia (Editora Médica Panamericana)
- ♦ Farmacêutica com ampla experiência no setor público e privado
- ♦ Farmacêutica Titular
- ♦ Assistente de Farmácia Rede de farmácias Varejistas de saúde e beleza Britânica Boots UK, Oxford Street Central London
- ♦ Formada em Ciência e Tecnologia de Alimentos, Universidade de Valência
- ♦ Direção do Curso Universitário de Dermocosméticos, Farmácia



05

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste programa é uma base de conhecimentos criada para dar ao farmacêutico a oportunidade de atualizar ou incorporar os conhecimentos mais avançados na Direção e Gestão de Farmácia no cenário atual. Repleto de tópicos versáteis, a estrutura deste programa pretende ser um conjunto de aspectos rigorosos que ajudarão o farmacêutico a identificar os principais pilares e o adequado modo de operação para a gestão de uma farmácia.





“

Um programa de ensino completo, estruturado em unidades didáticas muito bem desenvolvidas, orientado para uma aprendizagem efetiva e rápida, compatível com sua vida pessoal e profissional”

Módulo 1. Gestão responsável da farmácia

- 1.1. O papel da farmácia comunitária. Campo de ação do farmacêutico comunitário - Missão da organização
- 1.2. Análise do ambiente da farmácia comunitária
- 1.3. Promoção da saúde na farmácia comunitária
- 1.4. Implementação de boas práticas na farmácia comunitária
- 1.5. Uso racional de medicamentos em farmácias
- 1.6. Formação e informação para o uso adequado de medicamentos e produtos médicos
- 1.7. Sigilo profissional. Base moral do sigilo , farmacêutico e sigilo profissional
- 1.8. Conceito e funções dos códigos de ética. Exercício responsável das competências profissionais. Concorrência desleal
- 1.9. Responsabilidade social corporativa aplicada à farmácia. Respeito ao meio ambiente e gestão de resíduos
- 1.10. Organização da farmácia

Módulo 2. Gestão econômico-financeira da farmácia

- 2.1. Fundamentos da administração da farmácia
- 2.2. Processos administrativos na farmácia
- 2.3. Análise dos índices financeiros e econômicos na farmácia
- 2.4. Gestão de estoque

Módulo 3. Direção e Gestão de Recursos Humanos na Farmácia

- 3.1. Modelos de organização. Estrutura e organogramas
- 3.2. A equipe como motor. Perfil do responsável e dos colaboradores
- 3.3. Seleção e entrevista da equipe
- 3.4. Familiares na farmácia
- 3.5. Definição da missão. Grupos de interesse ou Stakeholders
- 3.6. Interdependências e liderança
- 3.7. Modelo de gestão e desenvolvimento de pessoas voltado para a missão
- 3.8. Motivação: capacitação e desenvolvimento profissional, remuneração
- 3.9. Prevenção de riscos ocupacionais
- 3.10. Organização e comunicação interna



Módulo 4. Melhoria dos processos de compra e logística da farmácia

- 4.1. Os operadores logísticos e seus modelos de abastecimento
- 4.2. A compra
- 4.3. Gestão e negociação de fornecedores
- 4.4. A cadeia de distribuição
- 4.5. A linha de produtos
- 4.6. Gestão do sortimento
- 4.7. Gestão de compras
- 4.8. Gestão de estoque
- 4.9. Os produtos
- 4.10. Promoção e lançamento de novos produtos

Módulo 5. Gestão cliente/paciente

- 5.1. A farmácia como espaço para a gestão da saúde
- 5.2. Comunicação para abordagem do binômio cliente/paciente
- 5.3. Segmentação de clientes
- 5.4. Psicologia e comportamento do consumidor
- 5.5. Responsabilidade profissional, motor da gestão
- 5.6. Clientes habituais e novos
- 5.7. Programas de fidelização de clientes
- 5.8. Atendimento ao cliente

Módulo 6. Marketing farmacêutico

- 6.1. Fundamentos de Marketing
- 6.2. Marketing farmacêutico e de relacionamento
- 6.3. Mercados. Posicionamento
- 6.4. Pesquisa de mercado em Farmácia
- 6.5. Merchandising farmacêutico: ofertas e comunicação
- 6.6. Publicidade e promoção
- 6.7. Digitalização da farmácia: de 1.0 a 3.0
- 6.8. Marketing estratégico
- 6.9. Micromarketing

Módulo 7. Vendas de farmácia

- 7.1. Psicologia e técnicas de venda
- 7.2. Ciclo de vendas
- 7.3. Previsão de vendas
- 7.4. Políticas de preços
- 7.5. Tipos de produtos
- 7.6. Orientação para a rentabilidade do produto
- 7.7. Tipos de compras e clientes
- 7.8. Cross selling e up selling
- 7.9. Situações comprometidas
- 7.10. Digital e-commerce management

Módulo 8. Comunicação de farmácia

- 8.1. Conceito e valor da comunicação interna
- 8.2. Comunicação com os funcionários
- 8.3. Gestão de conflitos
- 8.4. Liderança e gestão de equipes
- 8.5. Comunicação com o cliente
- 8.6. A imagem da farmácia
- 8.7. Suporte técnico de comunicação
- 8.8. Estratégias para ação nas redes sociais
- 8.9. Marketing digital para atrair e reter clientes

Módulo 9. Gestão dos serviços profissionais da farmácia

- 9.1. Serviços que podem ser desenvolvidos na farmácia
- 9.2. Seleção e implementação de serviços
- 9.3. Requisitos para o desenvolvimento de serviços
- 9.4. Oferta e monitoramento de serviços
- 9.5. Gestão econômica dos serviços

Módulo 10. Gestão da Qualidade na Farmácia

- 10.1. A qualidade
- 10.2. Certificação de qualidade da farmácia
- 10.3. Gestão Estratégica e de Qualidade Total (TQM)
- 10.4. Pontos de controle e indicadores para melhoria
- 10.5. Identificação de nichos estratégicos e vantagens competitivas
- 10.6. Painéis de controle

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- 11.1. Globalização e Governança
 - 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
 - 11.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
 - 11.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 11.2.3. Gestão de Diversidade
- 11.3. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 11.3.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 11.3.2. Conceito de liderança
 - 11.3.3. Teorias de liderança
 - 11.3.4. Estilos de liderança
 - 11.3.5. Inteligência na liderança
 - 11.3.6. Os desafios da liderança atualmente
- 11.4. Ética empresarial
 - 11.4.1. Ética e moral
 - 11.4.2. Ética empresarial
 - 11.4.3. Liderança e ética nas empresas
- 11.5. Sustentabilidade
 - 11.5.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Empresas Sustentáveis

- 11.6. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 11.6.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 11.6.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
 - 11.6.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 11.6.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)
- 11.7. Multinacionais e direitos humanos
 - 11.7.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 11.7.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
 - 11.7.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos
- 11.8. Entorno legal e *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 11.8.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 11.8.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- 12.1. Gestão estratégica de pessoas
 - 12.1.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas
- 12.2. Gestão de recursos humanos por competências
 - 12.2.1. Análise do potencial
 - 12.2.2. Política de remuneração
 - 12.2.3. Planos de carreira/sucessão
- 12.3. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 12.3.1. Gestão de desempenho
 - 12.3.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 12.4. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
 - 12.4.1. Os times de alto desempenho: os times autogerenciados
 - 12.4.2. Metodologias de gestão de times autogerenciados de alto desempenho
- 12.5. Gestão de mudanças
 - 12.5.1. Gestão de mudanças
 - 12.5.2. Tipo de processos na gestão de mudanças
 - 12.5.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças

- 12.6. Negociação e gestão de conflitos
 - 12.6.1. Negociação
 - 12.6.2. Gestão de conflitos
 - 12.6.3. Gestão de crises
- 12.7. Comunicação gerencial
 - 12.7.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial
 - 12.7.2. Departamento de Comunicação
 - 12.7.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)
- 12.8. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
 - 12.8.1. Produtividade
 - 12.8.2. Estratégias de atração e retenção de talentos

Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- 13.1. Ambiente Econômico
 - 13.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
 - 13.1.2. Instituições financeiras
 - 13.1.3. Mercados financeiros
 - 13.1.4. Ativos financeiros
 - 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 13.2. Contabilidade Gerencial
 - 13.2.1. Conceitos básicos
 - 13.2.2. O Ativo da empresa
 - 13.2.3. O Passivo da empresa
 - 13.2.4. O Patrimônio Líquido da empresa
 - 13.2.5. A Demonstração de Resultados
- 13.3. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
 - 13.3.1. Fundamentos e classificação
 - 13.3.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 13.3.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 13.4. Orçamento e Controle de Gestão
 - 13.4.1. O modelo orçamentário
 - 13.4.2. O orçamento de capital
 - 13.4.3. O orçamento operacional
 - 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
 - 13.4.6. Controle orçamentário
- 13.5. Gestão Financeira
 - 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
 - 13.5.2. O departamento financeiro
 - 13.5.3. Excedentes de tesouraria
 - 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 13.5.5. Gestão de riscos na direção financeira
- 13.6. Planejamento Financeiro
 - 13.6.1. Definição do planejamento financeiro
 - 13.6.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
 - 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
 - 13.6.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
 - 13.6.5. Demonstrativo de Capital Circulante
- 13.7. Estratégia Financeira Corporativa
 - 13.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
 - 13.7.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial
- 13.8. Financiamento Estratégico
 - 13.8.1. Autofinanciamento
 - 13.8.2. Aumento de fundos próprios
 - 13.8.3. Recursos Híbridos
 - 13.8.4. Financiamento por meio de intermediários
- 13.9. Análise e planejamento financeiro
 - 13.9.1. Análise de Balanço de Situação
 - 13.9.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
 - 13.9.3. Análise de Rentabilidade
- 13.10. Análise e resolução de casos/problemas
 - 13.10.1. Informações financeiras da Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão Executiva

- 14.1. Management
 - 14.1.1. Conceito de Geral Management
 - 14.1.2. A ação do gerente geral
 - 14.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 14.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 14.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 14.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
- 14.3. Gestão operacional
 - 14.3.1. Importância da gestão
 - 14.3.2. A cadeia de valor
 - 14.3.3. Gestão de Qualidade
- 14.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 14.4.1. Comunicação interpessoal
 - 14.4.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 14.4.3. Obstáculos à comunicação
- 14.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais
 - 14.5.1. A comunicação interpessoal
 - 14.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
 - 14.5.3. A comunicação na organização
 - 14.5.4. Ferramentas na organização
- 14.6. Comunicação em situações de crise
 - 14.6.1. Crise
 - 14.6.2. Fases da crise
 - 14.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos





- 14.7. Preparando um plano de crise
 - 14.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 14.7.2. Planejamento
 - 14.7.3. Adequação de pessoal
- 14.8. Inteligência emocional
 - 14.8.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 14.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 14.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional
- 14.9. *Branding* pessoal
 - 14.9.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 14.9.2. Leis de branding pessoal
 - 14.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca

“

Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional”

0?

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.



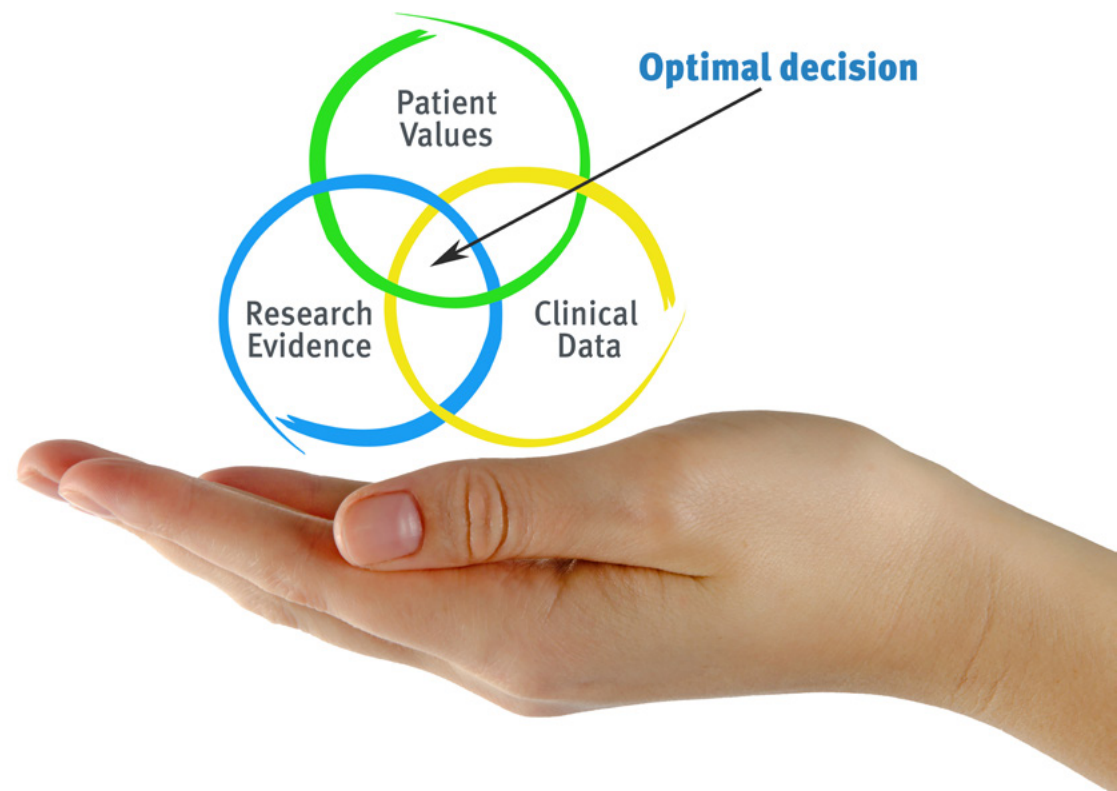


Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Na TECH usamos o Método do Caso

Em uma determinada situação clínica, o que um profissional deveria fazer? Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos simulados baseados em situações reais, onde deverão investigar, estabelecer hipóteses e finalmente resolver as situações. Há diversas evidências científicas sobre a eficácia deste método. Os farmacêuticos aprendem melhor, mais rápido e de forma mais sustentável ao longo do tempo.

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo.



Segundo o Dr. Gérvas, o caso clínico é a apresentação comentada de um paciente, ou grupo de pacientes, que se torna um "caso", um exemplo ou modelo que ilustra algum componente clínico peculiar, seja pelo seu poder de ensino ou pela sua singularidade ou raridade. É essencial que o caso seja fundamentado na vida profissional atual, tentando recriar as condições reais da prática profissional do farmacêutico.

“

Você sabia que este método foi desenvolvido em 1912, em Harvard, para os alunos de Direito? O método do caso consistia em apresentar situações reais e complexas para que os alunos tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard”

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

1. Os farmacêuticos que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade mental, através de exercícios que avaliam situações reais e a aplicação do conhecimento.
2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas permitindo ao farmacêutico integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e mais eficiente, graças ao uso de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.



Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

O farmacêutico aprenderá através de casos reais e da resolução de situações complexas em ambientes simulados de aprendizagem. Estes simulados são realizados através de software de última geração para facilitar a aprendizagem imersiva.



Na vanguarda da pedagogia mundial, o método Relearning conseguiu melhorar os níveis de satisfação geral dos profissionais que concluíram seus estudos, com relação aos indicadores de qualidade da melhor universidade online do mundo (Universidade de Columbia).

Através desta metodologia, mais de 115 mil farmacêuticos foram capacitados com sucesso sem precedentes em todas as especialidades clínicas, independente da carga cirúrgica. Nossa metodologia de ensino é desenvolvida em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso

No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica.

A nota geral do sistema de aprendizagem da TECH é de 8,01, de acordo com os mais altos padrões internacionais.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Técnicas e procedimentos em vídeo

A TECH aproxima o aluno das técnicas mais inovadoras, dos últimos avanços educacionais e da vanguarda da Educação. Tudo isso, explicado detalhadamente para sua total assimilação e compreensão. E o melhor de tudo, você poderá assistí-los quantas vezes quiser.



Resumos interativos

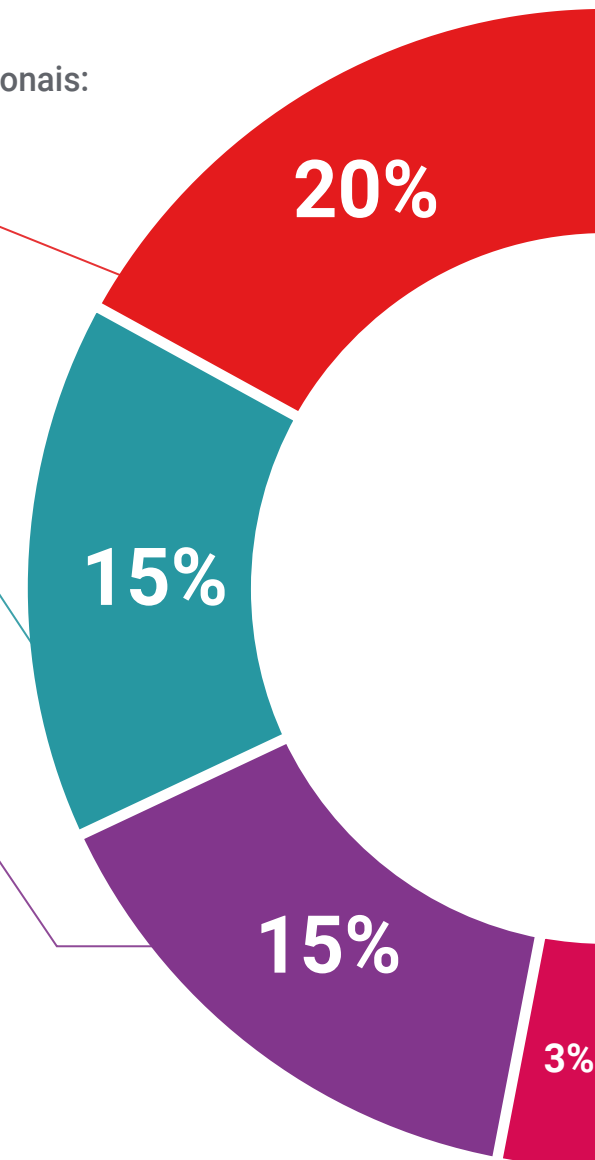
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

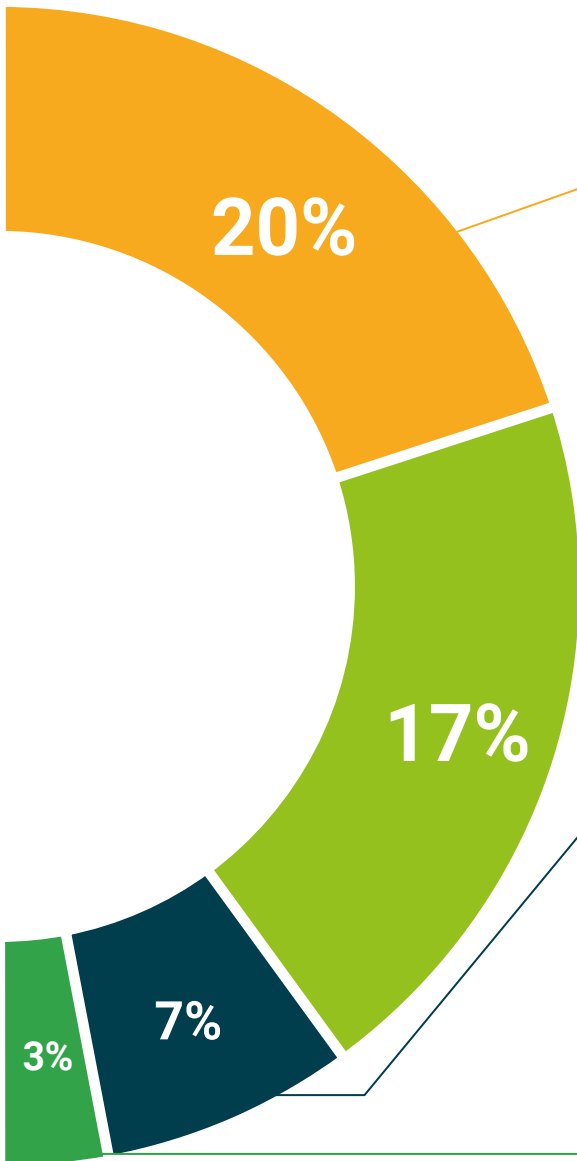
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de casos elaborados e orientados por especialistas

A aprendizagem efetiva deve ser necessariamente contextual. Portanto, na TECH apresentamos casos reais em que o especialista guia o aluno através do desenvolvimento da atenção e da resolução de diferentes situações: uma forma clara e direta de alcançar o mais alto grau de compreensão.



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas. O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



Guias rápidos de ação

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.



07

Certificado

O Mestrado Próprio MBA em Direção e Gestão de Farmácia garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos
com sucesso e receba seu certificado
sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Mestrado Próprio MBA em Direção e Gestão de Farmácia** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

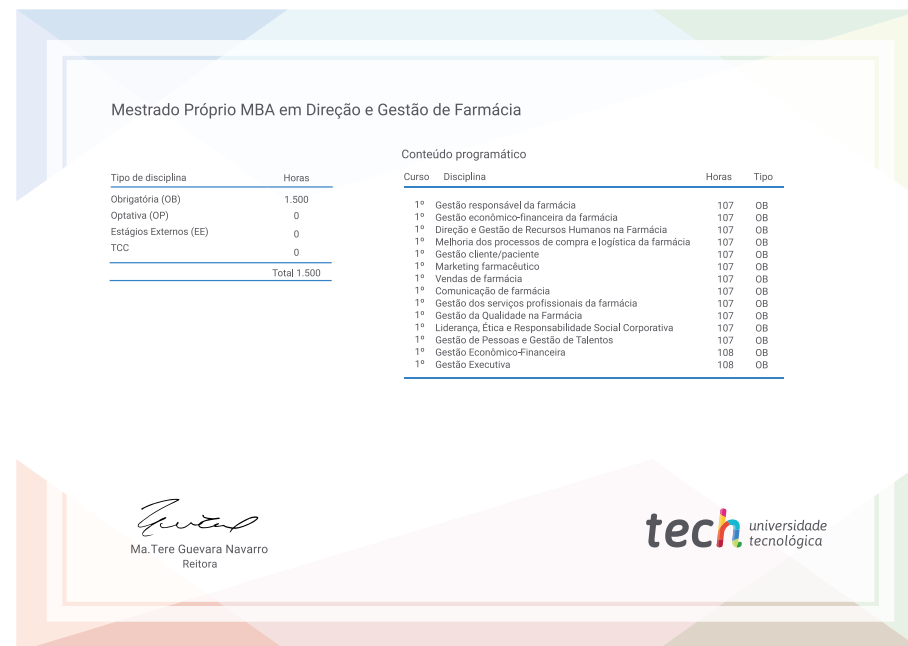
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **MBA em Direção e Gestão de Farmácia**

Modalidade: **Online**

Duração: **12 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidade
atenção personalizada
conhecimento conhecimento
presente presente
desenvolvimento desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio
MBA em Direção e
Gestão de Farmácia

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

MBA em Direção e Gestão
de Farmácia

