

Mestrado Próprio

Parafarmácia





Mestrado Próprio Parafarmácia

- » 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-parafarmacia

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 22

06

Metodologia

pág. 34

07

Certificado

pág. 42

01

Apresentação

O mercado parafarmacêutico continua sua tendência de crescimento com a venda e a distribuição de produtos, sobretudo online. Novas tecnologias estão definindo o ritmo deste setor, que comercializa milhões de produtos cosméticos, dietéticos e suplementos alimentares. Um cenário favorável para que os farmacêuticos atualizem seus conhecimentos sobre a criação e a gestão de um negócio em crescimento, o que exige habilidades estratégicas para se desenvolver nos diferentes modelos de negócios existentes. Por esta razão, a TECH criou esta qualificação que lhe permitirá estudar em profundidade a elaboração de planos econômico-financeiros, a implementação de campanhas de marketing e uma atualização completa sobre a ampla variedade de artigos deste setor. Tudo sem a necessidade de comparecer presencialmente e com a flexibilidade de acessar o programa de estudos quando e onde você quiser.



“

*Um Mestrado Próprio que lhe dará
as ferramentas necessárias para lançar
seu próximo projeto de Parafarmácia
com sucesso garantido”*

O ecossistema de vendas de parafarmácias mostra uma clara tendência de aumento nas compras online em uma ampla variedade de produtos. A pandemia causada pelo coronavírus, bem como as novas tecnologias digitais, aumentaram o interesse pelas parafarmácias online e muitos profissionais estão optando por incorporar este modelo de negócios.

Uma tarefa que exige estar atualizado com as principais ações comerciais e de marketing no mundo digital, sua combinação com outros negócios físicos de farmácia existentes, bem como com todo o mercado que envolve o setor. Neste sentido, a TECH criou este Mestrado Próprio que fornece aos profissionais as informações mais recentes para que eles possam promover a criação, o projeto e a implementação de uma Parafarmácia bem-sucedida.

Independentemente do tipo de negócio, os farmacêuticos obterão neste programa uma visão ampla e abrangente deste setor, as ferramentas necessárias para a criação de planos financeiros, o marketing de produtos, o atendimento ao cliente e o novo papel que desempenham na equipe que trabalha em uma Parafarmácia.

Trata-se, portanto, de um programa que visa oferecer o plano de estudos mais avançado em apenas 1.500 horas de ensino e com a melhor equipe de professores especializados do momento. Além disso, neste processo de atualização, os alunos têm acesso a resumos em vídeo de cada disciplina, vídeos detalhados, leituras e estudos de caso que tornarão este programa mais dinâmico e atraente.

Sem dúvida, uma oportunidade única de se manter atualizado sobre tudo relacionado à Parafarmácia por meio de uma opção acadêmica que não exige frequência ou horários fixos de aula. Esta flexibilidade permite que os alunos acessem o programa de estudos quando e onde desejarem. É necessário apenas um dispositivo eletrônico com conexão à internet para visualizar, a qualquer momento, o conteúdo deste Mestrado Próprio, uma oportunidade única que só a TECH oferece.

Este **Mestrado Próprio em Parafarmácia** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Farmácia
- ◆ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e extremamente úteis fornecem informações práticas sobre as disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ◆ Lições teóricas, perguntas aos 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



Você gostaria de se manter atualizado sobre o software usado na gestão de Parafarmácias? Aproveite esta oportunidade de qualificação e faça com que ele seja incorporado ao seu negócio”

“

Esta capacitação lhe permitirá se aprofundar na logística relevante e nos principais agentes da cadeia de distribuição de produtos parafarmacêuticos”

O corpo docente do programa conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de instituições de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surjam ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Graças ao método Relearning, utilizado pela TECH, você reduzirá as longas horas de estudo e memorização.

Analise a lucratividade dos produtos parafarmacêuticos e das categorias existentes e passe a integrá-los em seu plano de negócios.



02

Objetivos

O principal objetivo deste Mestrado Próprio é fornecer aos farmacêuticos as informações mais atualizadas sobre o planejamento, a criação e a gestão de uma Parafarmácia, seja ela presencial ou online. Para isso, a TECH oferece um programa de estudos avançado que lhe permitirá estar atualizado com os últimos avanços tecnológicos do setor, nas ferramentas de controle de vendas ou na comercialização de produtos por meio de sites. Um itinerário acadêmico de alto nível, no qual o aluno será acompanhado pelos melhores especialistas do setor.



“

Graças aos estudos de caso oferecidos neste programa, você poderá integrar as estratégias de marketing mais bem-sucedidas em sua Parafarmácia”



Objetivos gerais

- ◆ Ampliar os conhecimentos sobre a Gestão de Parafarmácias
- ◆ Aprimorar as habilidades para a criação e a gestão de uma parafarmácia online
- ◆ Aumentar o desempenho do negócio de parafarmácia
- ◆ Analisar as estratégias de marketing mais eficazes do setor
- ◆ Incorporar os mais recentes desenvolvimentos tecnológicos para a implementação ou adaptação de projetos de Parafarmácia
- ◆ Estar ciente de todos os tipos de produtos comercializados por meio de Parafarmácias
- ◆ Explorar o mercado parafarmacêutico
- ◆ Implementar a análise e o posicionamento digital de uma Parafarmácia





Objetivos específicos

Módulo 1. Bases da Parafarmácia

- ◆ Descrever as principais diferenças atuais entre a linha que separa a Farmácia da Parafarmácia
- ◆ Estabelecer a análise da concorrência dentro do setor da Parafarmácia
- ◆ Atualizar os conhecimentos em torno do novo papel da equipe de Parafarmácia
- ◆ Aprofundar os conhecimentos nas novas tecnologias empregadas neste tipo de negócios

Módulo 2. Trade Marketing na Parafarmácia

- ◆ Analisar as principais características do Trade Marketing
- ◆ Analisar as novas tendências nas prateleiras de Parafarmácia
- ◆ Obter uma visão atual sobre os benefícios do Cashkeeper
- ◆ Explorar o Marketing Móvel usado na Parafarmácia

Módulo 3. Dermocosmética na Parafarmácia

- ◆ Realizar uma análise completa do mercado de cosméticos e dermocosméticos na Farmácia/Parafarmácia
- ◆ Identificar os principais princípios ativos utilizados em dermocosmética
- ◆ Aprofundar os conhecimentos na tendência atual da dermocosmética em Parafarmácia
- ◆ Investigar o futuro tecnológico da indústria de dermocosmética

Módulo 4. Dietética e suplementos alimentares

- ◆ Descrever as diferenças entre suplementos alimentares, nutricosméticos e complementos alimentares
- ◆ Identificar os usos atuais da nutricosmética para a pele e o cabelo
- ◆ Examinar os diferentes tipos de formas farmacêuticas
- ◆ Atualizar conhecimentos sobre plantas medicinais e suas ações farmacológicas

Módulo 5. Categorias da Parafarmácia

- ◆ Estabelecer as categorias de produtos mais competitivas e comercializáveis na Parafarmácia
- ◆ Analisar os principais produtos naturais, cuidados capilares e higiene existentes na Parafarmácia
- ◆ Identificar os novos produtos existentes em ortopedia e sua comercialização na Parafarmácia
- ◆ Analisar as estruturas e funções dos produtos distribuídos na Parafarmácia

Módulo 6. Rentabilidade da Parafarmácia

- ◆ Estudar os principais termos de contabilidade e finanças de uma Parafarmácia
- ◆ Indicar as estratégias e planos de venda mais eficazes na Parafarmácia, bem como o projeto de um plano financeiro
- ◆ Obter informações mais atualizadas sobre as ferramentas utilizadas para o estudo de vendas
- ◆ Estar atualizado sobre os principais softwares utilizados na Parafarmácia

Módulo 7. Distribuição Parafarmacêutica

- ◆ Investigar sobre a tecnologia mais avançada utilizada na distribuição de produtos parafarmacêuticos
- ◆ Analisar detalhadamente os agentes mais relevantes da cadeia de suprimentos
- ◆ Analisar o mercado parafarmacêutico e a demanda por produtos
- ◆ Estabelecer as recomendações essenciais para gerenciar uma Parafarmácia





Módulo 8. Atendimento na Parafarmácia

- ◆ Fornecer as ferramentas para promover os conselhos Parafarmacêuticos dados aos clientes
- ◆ Estabelecer diretrizes de acompanhamento e serviço pós-venda
- ◆ Examinar as linhas estratégicas e psicológicas do atendimento ao cliente
- ◆ Indicar as ferramentas de fidelização de clientes existentes na Parafarmácia

Módulo 9. Plano de Marketing na Parafarmácia

- ◆ Promover a implementação de ações voltadas para a comercialização no espaço de venda da Parafarmácia
- ◆ Analisar as estratégias de produtos e os preços adequados na parafarmácia
- ◆ Indicar diretrizes para a criação de campanhas de Marketing
- ◆ Estabelecer como incorporar novas tecnologias que favoreçam a experiência de compra do consumidor

Módulo 10. Parafarmácia online

- ◆ Definir a tipologia de Parafarmácias online existentes na atualidade
- ◆ Estabelecer os prós e contras da implementação desse tipo de negócio em modalidade digital
- ◆ Analisar as diversas ferramentas digitais disponíveis para o marketing online
- ◆ Projetar a criação de uma Parafarmácia online, levando em consideração as últimas novidades tecnológicas

“

Incorpore a mais recente tecnologia em análise dérmica facial, 3D e capilar em sua Parafarmácia graças a esta opção acadêmica de última geração”

03

Competências

Ao final dos 12 meses deste Mestrado Próprio, o aluno terá conseguido aprimorar suas competências e habilidades para a gestão de parafarmácias. Um setor que exige amplas habilidades de coordenação de equipes, atendimento ao cliente e comunicação eficaz com os principais fornecedores em um mercado competitivo. Graças à perspectiva teórica e prática deste programa, os alunos poderão aprender com sucesso estas habilidades e incorporá-las à sua prática profissional.





“

*Lidere iniciativas inovadoras na
Parafarmácia com garantias, seja
em seu negócio presencial ou online”*



Competências gerais

- ◆ Dominar as ferramentas necessárias para a criação de uma Parafarmácia
- ◆ Ampliar as habilidades de gestão e liderança dos profissionais que desejam ingressar no setor de parafarmácia
- ◆ Controlar o principal software usado para a gestão de produtos e controle de vendas
- ◆ Aprimorar as habilidades psicológicas usadas no atendimento ao cliente
- ◆ Ampliar a visão estratégica do negócio online e orientá-lo para a parafarmácia
- ◆ Identificar oportunidades de vendas nas diferentes categorias de produtos existentes na Parafarmácia



Aprimore suas habilidades de gestão de equipe em Parafarmácia por meio do programa mais avançado do setor”





Competências específicas

- ◆ Desenvolver as mais modernas estratégias de marketing online para obter um maior retorno econômico na Parafarmácia
- ◆ Aprimorar as habilidades de atendimento ao cliente durante a venda e no processo de acompanhamento e pós-venda
- ◆ Utilizar com sucesso a imagem da marca da parafarmácia por meio das redes sociais
- ◆ Estar atualizado com a nova função da equipe de Parafarmácia
- ◆ Dominar o mercado atual de suplementos alimentares
- ◆ Implementar a tecnologia mais recente utilizada em Parafarmácia, especialmente em dermocosméticos
- ◆ Empregar com sucesso o marketing móvel em diversos dispositivos na Parafarmácia
- ◆ Criar planos financeiros de acordo com as características e os objetivos definidos para a Parafarmácia
- ◆ Aplicar boas práticas ambientais e de conservação na empresa
- ◆ Implementar políticas de gestão de equipes com base nas evidências mais recentes de coaching

04

Direção do curso

A TECH reuniu um corpo docente que se distingue por seu amplo conhecimento do setor farmacêutico e pela riqueza de experiência acumulada neste setor. Da mesma forma, a qualidade humana e profissional deste corpo docente especializado foi um fator determinante para sua inclusão neste Mestrado Próprio. Desta forma, os alunos têm a garantia de estudar um programa de alto nível, elaborado por verdadeiros especialistas que conhecem os meandros do setor e da parafarmácia. Além disso, poderá esclarecer quaisquer dúvidas que possa ter sobre o conteúdo desta qualificação.



“

Especialistas renomados do setor farmacêutico apresentarão as últimas tendências do atual mercado de parafarmácia”

Direção



Sra. María José Forner Puig

- ♦ Farmacêutica especialista em Fitoterapia. Especialista em produtos nos Laboratórios Arkopharma
- ♦ Farmacêutica assistente na Farmácia Traver-Martin
- ♦ Mestre em Dietética, Nutrição e Coaching Nutricional pela Señhor Sociedad Española de Formación
- ♦ Especialista em Nutrição, Dietética e Fitoterapia pela UNED (Universidade Espanhola de Ensino à Distância)
- ♦ Curso de Nutrição Esportiva no Futebol pelo Barça Innovation Hub Universiti
- ♦ Formada em Farmácia pela Universidade de Valência

Professores

Sra. Cristina López

- ♦ CEO da Omoi Pharmacy Coach
- ♦ Técnica de farmácia em vários escritórios de farmácia
- ♦ Responsável pela compra e seleção de sortimento em Dermocosméticos
- ♦ Responsável pela atenção individualizada e gestão de consultas dermo com pacientes
- ♦ Mestre em Dermofarmácia e Cosmética
- ♦ Especialista em Dermofarmácia, Cosmética Capilar, Medicina Natural e Aromaterapia
- ♦ Técnica em Farmácia e Parafarmácia

Sra. Patricia García Domínguez

- ♦ Chefe de Administração da Sanafarmacia Ciudad Expo 24 H
- ♦ Chefe de Administração e Gerência de uma empresa de construção
- ♦ Especialista em Gestão de Escritórios de Farmácia pelo Real e Ilustre Colégio Oficial de Farmacêuticos de Sevilha
- ♦ Especialista em Prevenção de Riscos Laborais, Gestão de Recursos Humanos/Administração de Pessoal pela Confederação Empresarial da Andaluzia
- ♦ Formada em Economia pela Universidade de Sevilha

Sra. Beatriz Muñoz Hidalgo

- ◆ *Social Media Project Manager* na Onlypharma
- ◆ *Social Media Manager e Content Creator* na Ibáñez Farmacia
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* na Farmaschool
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* na SETSS & SIETeSS
- ◆ Duplo Mestrado MBA + Marketing Digital pelo The Power MBA
- ◆ Mestrado em Jornalismo Digital e Novas Narrativas pela Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
- ◆ Mestrado em Programas de TV de Entretenimento Gestmusic Endemol pela Universidade Ramón Llull
- ◆ Formada em Jornalismo pela Universidade de Málaga

Sra. Silvia Campos García

- ◆ Fundadora da Con Principio Activo, tu farmacoch
- ◆ Gerente de hotel no Grupo 3 Galeón
- ◆ Gerente de escritório de farmácia na Farmácia Silvia Campos
- ◆ Gerente do Centro de Beleza na Beauty Sense
- ◆ Curso de Coaching Especializado da Crearte Coaching
- ◆ Formada em Farmácia pela Universidade CEU San Pablo

Sra. Rocío Álvaro Casillas

- ◆ CEO da Omoi Pharmacy Coach
- ◆ Técnica de Farmácia em várias farmácias.
- ◆ Mestrado em Dermofarmácia e Cosmética
- ◆ Pós-graduação em Dermocosmética
- ◆ Técnica em Farmácia e Parafarmácia
- ◆ Técnica Sênior em Administração e Finanças

Sra. Inmaculada De la Casa Moreno

- ◆ Esteticista/Dietista-Nutricionista no ARK AESTHETIC CENTER
- ◆ Nutricionista na Clínica DUAL
- ◆ Nutricionista na Unidade de Endocrinologia e Diabetes do Hospital Clínico La Fe
- ◆ Esteticista e nutricionista no Spa del Mar
- ◆ Assistente clínico na Clínica Medibelia
- ◆ Esteticista e terapeuta de quiromassagem na MASAJES A MIL
- ◆ Nutricionista da FUNDACIÓN JOSÉ NAVARRO
- ◆ Nutricionista no CENTRO MULTIDISCIPLINAR ATTRIUM
- ◆ Mestrado em Nutrição Personalizada e Comunitária pela Universidade de Valência.
- ◆ Formada em Nutrição Humana e Dietética pela Universidade de Valência

Sra. Lucía Sáenz Suárez

- ◆ Coordenadora e chefe de credenciamento da RICOFSSE
- ◆ Farmacêutica assistente na Farmácia González García
- ◆ Farmacêutica assistente na Farmácia Moreno Menayo
- ◆ Especialista em produtos do Laboratorio Arkopharma
- ◆ Gestora comercial de Dermocosméticos na A.G.FARMA
- ◆ Gerente de vendas da área de nutrição infantil da Nestlé
- ◆ Médica Visitante do Grupo Juste
- ◆ Mestrado em Administração de Empresas pela Escola de Organização Industrial
- ◆ Especialista em Nutrição, Dietética e Fitoterapia em Medicina Comunitária pela UNED
- ◆ Formada em Farmácia pela Universidade de Sevilha

05

Estrutura e conteúdo

O corpo docente que ministra esta qualificação universitária possui ampla experiência no setor farmacêutico, o que fica evidente no programa de alta qualidade deste Mestrado Próprio. Desta forma, o profissional poderá se aprofundar durante 12 meses nos conceitos-chave para o desenvolvimento e a implementação de uma Parafarmácia presencial ou online. Além disso, poderá incorporar as mais recentes tecnologias para controle financeiro, vendas de produtos e campanhas de marketing. Uma abrangente jornada que se tornará mais dinâmica com materiais didáticos multimídia e uma grande quantidade de conteúdo educacional complementar.



“

Esta é uma opção acadêmica flexível que permitirá que você combine suas atividades profissionais diárias com um Mestrado Próprio de qualidade”

Módulo 1. Bases da Parafarmácia

- 1.1. Parafarmácia Evolução
 - 1.1.1. História da Parafarmácia
 - 1.1.2. Evolução da Parafarmácia
 - 1.1.3. Definição de Parafarmácia
 - 1.1.4. Diferença entre Farmácia e Parafarmácia
- 1.2. Medição de parâmetros em Parafarmácia
 - 1.2.1. Definição de parâmetros
 - 1.2.2. Estrutura de parâmetros
 - 1.2.3. Principais parâmetros
 - 1.2.4. Análise de parâmetros em Parafarmácia
- 1.3. Principais produtos em Parafarmácia
 - 1.3.1. Cosméticos e produtos de higiene pessoal
 - 1.3.2. Suplementos alimentares
 - 1.3.3. Alimentação infantil
 - 1.3.4. Alimentos de uso médico especial
 - 1.3.5. Alimentos substitutos da dieta
 - 1.3.6. Produtos sanitários
 - 1.3.7. Produtos sanitários de diagnóstico "in vitro" e autodiagnóstico
 - 1.3.8. Artigos de puericultura
 - 1.3.9. Biocidas
 - 1.3.10. Equipamento de Proteção Individual (EPI)
 - 1.3.11. Outros produtos relacionados com a saúde e o bem-estar vendidos em farmácias
- 1.4. Parafarmácia e saúde
 - 1.4.1. Relação entre Parafarmácia e Saúde
 - 1.4.2. A saúde como elemento central
 - 1.4.3. Vida saudável
 - 1.4.4. Conclusão
- 1.5. Tipos de Parafarmácias
 - 1.5.1. Parafarmácia privada
 - 1.5.2. Franquia de Parafarmácia
 - 1.5.3. Parafarmácia em grandes armazéns
 - 1.5.4. Parafarmácia no setor *Retail*

- 1.6. Análise da concorrência
 - 1.6.1. Definição
 - 1.6.2. Objetivos
 - 1.6.3. Aplicações
 - 1.6.4. Resultados
- 1.7. Papéis na Parafarmácia
 - 1.7.1. Equipe, quem é quem?
 - 1.7.2. Gestão na Parafarmácia
 - 1.7.3. Equipe técnica
 - 1.7.4. Equipe administrativa
- 1.8. Coaching de equipes em Parafarmácia
 - 1.8.1. Recursos humanos
 - 1.8.2. Gestão do dia-a-dia
 - 1.8.3. Motivação
 - 1.8.4. Conclusões
- 1.9. Elementos tecnológicos em Parafarmácia
 - 1.9.1. Definição
 - 1.9.2. Elementos tecnológicos em Parafarmácia
 - 1.9.3. Importância da tecnologia em Parafarmácia
 - 1.9.4. Novidades tecnológicas em Parafarmácia
- 1.10. Responsabilidade social corporativa em Parafarmácia
 - 1.10.1. Definição
 - 1.10.2. Boas práticas ambientais
 - 1.10.3. Boas práticas de conservação
 - 1.10.4. Boas práticas de atendimento ao cliente

Módulo 2. Trade Marketing na Parafarmácia

- 2.1. Trade Marketing: funções
 - 2.1.1. Definição de Trade Marketing
 - 2.1.2. Funções de Trade Marketing farmacêutico
 - 2.1.3. Principais técnicas do Trade Marketing
 - 2.1.4. As 4 P

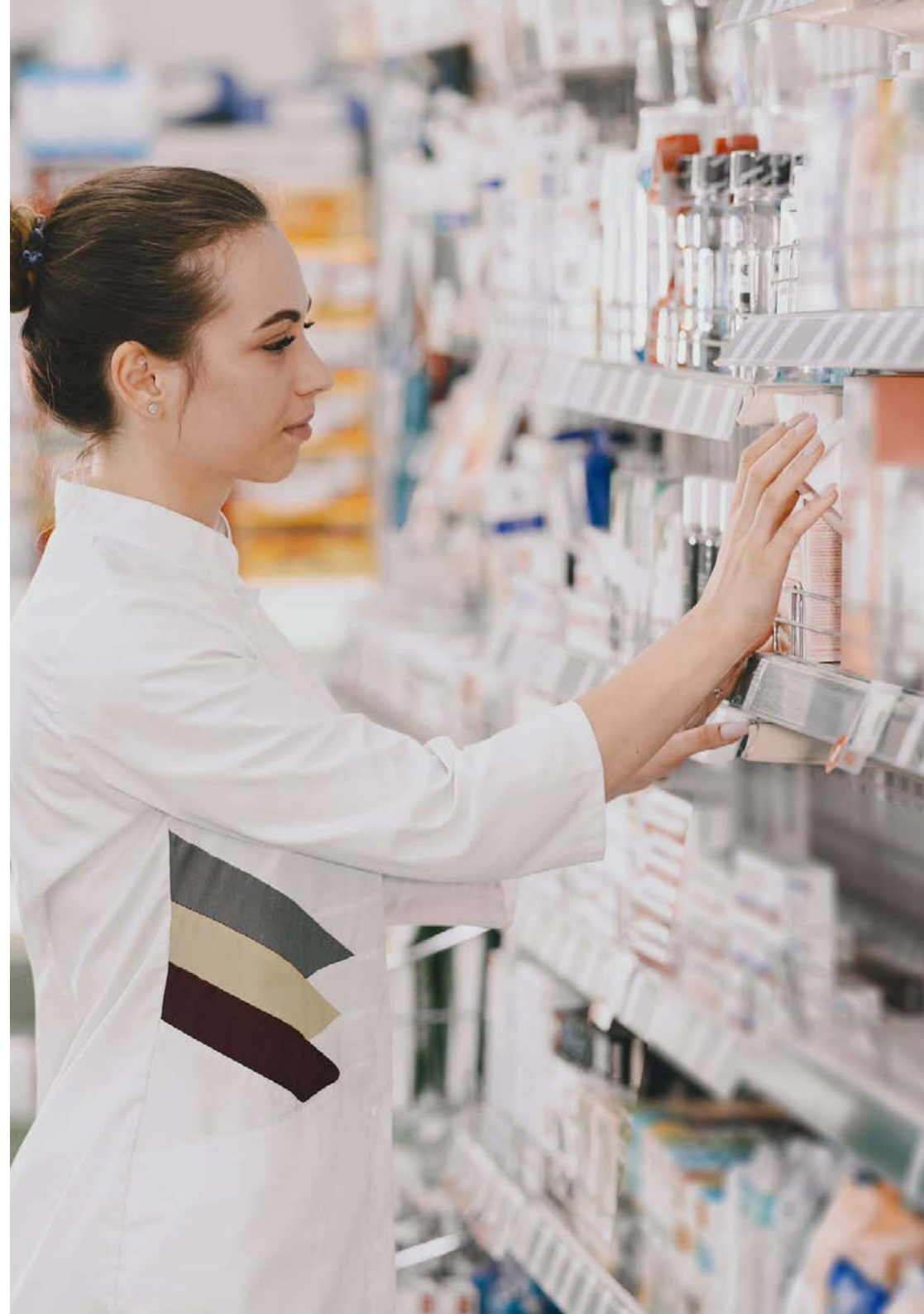
- 2.2. Linear da Farmácia Parafarmacêutica
 - 2.2.1. O que é o linear da Farmácia Parafarmacêutica?
 - 2.2.2. Níveis de exposição
 - 2.2.3. Pontos quentes
 - 2.2.4. Pontos frios
- 2.3. O balcão
 - 2.3.1. Dicas para ter um balcão deslumbrante
 - 2.3.2. Distribuição do balcão
 - 2.3.3. A importância do balcão
 - 2.3.4. Colocação do balcão de acordo com a temporada
- 2.4. O caixa inteligente *Cashkeeper*
 - 2.4.1. Definição
 - 2.4.2. Estrutura
 - 2.4.3. Para que serve
 - 2.4.4. Benefícios de uso
- 2.5. Vitrine na Farmácia Parafarmacêutica
 - 2.5.1. Dicas para ter uma vitrine deslumbrante
 - 2.5.2. Distribuição da vitrine
 - 2.5.3. A importância da vitrine
 - 2.5.4. Colocação da vitrine de acordo com a temporada
- 2.6. *Sell In* e *Sell Out* na Parafarmácia
 - 2.6.1. Diferenças entre *Sell In* e *Sell Out*
 - 2.6.2. O que é *Sell In*?
 - 2.6.3. O que é *Sell Out*?
 - 2.6.4. O *Sell In* e o *Sell Out* como indicadores de desempenho
- 2.7. Fornecedores como *Partners*
 - 2.7.1. Participação dos fornecedores
 - 2.7.2. *Merchandising*
 - 2.7.3. Tipos de fornecedores
 - 2.7.4. Sinergia entre fornecedor e Farmácia Parafarmacêutica

- 2.8. Marketing móvel na Farmácia Parafarmacêutica
 - 2.8.1. Definição
 - 2.8.2. Principais estruturas
 - 2.8.3. Objetivos
 - 2.8.4. Multidispositivo
- 2.9. Marketing social na Farmácia Parafarmacêutica
 - 2.8.1. Definição
 - 2.8.2. Principais estruturas
 - 2.8.3. Objetivos
 - 2.8.4. Análise de atitudes, crenças, valores e comportamentos
- 2.10. Video Marketing na Farmácia Parafarmacêutica
 - 2.10.1. Definição
 - 2.10.2. Principais estruturas
 - 2.10.3. Objetivos
 - 2.10.4. Conteúdo e formato do vídeo

Módulo 3. Dermocosmética na Parafarmácia

- 3.1. O mercado de Dermocosmética
 - 3.1.1. Definição
 - 3.1.2. Objetivos
 - 3.1.3. Análise do mercado de cosméticos e dermocosméticos na Farmácia/Parafarmácia
 - 3.1.4. SWOT
- 3.2. Princípios ativos dermocosméticos
 - 3.2.1. Definição
 - 3.2.2. Principais princípios ativos
 - 3.2.3. Usos dos princípios ativos
 - 3.2.4. Benefícios dos princípios ativos
- 3.3. Principais fórmulas para produtos de dermocosmética
 - 3.3.1. Definição
 - 3.3.2. Principais fórmulas
 - 3.3.3. Usos das fórmulas
 - 3.3.4. Benefícios das fórmulas

- 3.4. Fotoproteção na Parafarmácia
 - 3.4.1. Definição
 - 3.4.2. Principais fotoprotetores
 - 3.4.3. Usos dos fotoprotetores
 - 3.4.4. Benefícios dos fotoprotetores
- 3.5. Principais produtos de dermocosmética
 - 3.5.1. Dermatológicos: para tratamento de peles delicadas ou com problemas
 - 3.5.2. Cosméticos ou seletivos: para rotinas mais completas e ausência de patologias na pele
 - 3.5.3. Premium: produtos e cremes de alta cosmética, mais avançados e inovadores
 - 3.5.4. Natural ou bio: compostos por ingredientes de origem vegetal
- 3.6. Dermocosmética como prevenção
 - 3.6.1. Origem
 - 3.6.2. Definição
 - 3.6.3. Objetivos
 - 3.6.4. Conclusões
- 3.7. Importância da Dermocosmética em Parafarmácia
 - 3.7.1. A dermocosmética ganhando cada vez mais espaço na Parafarmácia
 - 3.7.2. Tendências do mercado de dermocosméticos na Parafarmácia
 - 3.7.3. Posicionamento de dermoestética em Parafarmácias
 - 3.7.4. Conclusão
- 3.8. Tipos de pele
 - 3.8.1. Como identificar os tipos de pele?
 - 3.8.2. Os quatro tipos de Pele
 - 3.8.3. Avaliação do tipo
 - 3.8.4. Estado da pele
- 3.9. Dermocosmética capilar
 - 3.9.1. Definição
 - 3.9.2. Definição dos objetivos
 - 3.9.3. Problemas capilares
 - 3.9.4. Tratamentos de problemas com dermocosmética capilar



- 3.10. Última tecnologia em dermocosmética
 - 3.10.1. Análise dérmica facial
 - 3.10.2. Análise capilar
 - 3.10.3. Análise 3D
 - 3.10.4. Futuro tecnológico da indústria

Módulo 4. Dietética e suplementos alimentares

- 4.1. Suplementos alimentares no século XXI
 - 4.1.1. Definição
 - 4.1.2. Estrutura
 - 4.1.3. Para que serve?
 - 4.1.4. Principais produtos
 - 4.1.5. Diferenças principais
- 4.2. Diferenças entre suplementos alimentares, nutricosméticos e complementos alimentares
 - 4.2.1. Complementos alimentares
 - 4.2.2. Nutricosméticos
 - 4.2.3. Suplementos alimentares
 - 4.2.4. Diferenças principais
- 4.3. Principais ingredientes dos suplementos alimentares
 - 4.3.1. Minerais
 - 4.3.2. Fibra
 - 4.3.3. Vitaminas
 - 4.3.4. Aminoácidos
 - 4.3.5. Ácidos graxos poliinsaturados (PUFA)
 - 4.3.6. Probióticos e plantas
- 4.4. Nutricosméticos
 - 4.4.1. O que são nutricosméticos?
 - 4.4.2. Cosmético ou nutricosmético
 - 4.4.3. Usos dos nutricosméticos: pele
 - 4.4.4. Usos dos nutricosméticos: cabelo
- 4.5. Formas farmacêuticas e suplementos alimentares
 - 4.5.1. O que são formas farmacêuticas?
 - 4.5.2. Diferentes tipos de formas farmacêuticas
 - 4.5.3. Formas farmacêuticas tradicionais
 - 4.5.4. Formas farmacêuticas modernas
- 4.6. Dietética e nutrição
 - 4.6.1. Diferenças e semelhanças entre as duas
 - 4.6.2. Ramos da nutrição e dietética
 - 4.6.3. Dietas
 - 4.6.4. Tipos de dietas
- 4.7. Plantas medicinais
 - 4.7.1. Breve introdução à fitoterapia
 - 4.7.2. O que são plantas medicinais?
 - 4.7.3. Para que servem as plantas medicinais?
 - 4.7.4. Quais são as principais plantas medicinais e sua principal ação farmacológica?
- 4.8. Vitaminas e Minerais
 - 4.8.1. Que tipos de vitaminas são vendidas em uma parafarmácia?
 - 4.8.2. Diferentes tipos de vitaminas e minerais: complexos vitamínicos
 - 4.8.3. Os mais vendidos
 - 4.8.4. O mercado das vitaminas
- 4.9. Mercado dos suplementos alimentares
 - 4.9.1. Suplementos alimentares: "uma tendência em alta"
 - 4.9.2. Autoconsumo
 - 4.9.3. Quais são os mais vendidos
 - 4.9.4. Tipos
- 4.10. Tecnologia aplicada à dietética
 - 4.10.1. Últimos avanços tecnológicos
 - 4.10.2. Inovação tecnológica
 - 4.10.3. Principais avanços tecnológicos
 - 4.10.4. Principais aplicações

Módulo 5. Categorias da Parafarmácia

- 5.1. natural
 - 5.1.1. Definição
 - 5.1.2. Estrutura
 - 5.1.3. Para que serve
 - 5.1.4. Principais produtos
- 5.2. Cuidado capilar
 - 5.2.1. Definição
 - 5.2.2. Estrutura
 - 5.2.3. Para que serve?
 - 5.2.4. Principais produtos
- 5.3. Homem
 - 5.3.1. Definição
 - 5.3.2. Estrutura
 - 5.3.3. Para que serve
 - 5.3.4. Principais produtos
- 5.4. Infantil (alimentação e higiene)
 - 5.4.1. Definição
 - 5.4.2. Estrutura
 - 5.4.3. Para que serve
 - 5.4.4. Principais produtos
- 5.5. Higiene
 - 5.5.1. Definição
 - 5.5.2. Estrutura
 - 5.5.3. Para que serve
 - 5.5.4. Principais produtos
- 5.6. Higiene bucal
 - 5.6.1. Definição
 - 5.6.2. Estrutura
 - 5.6.3. Para que serve
 - 5.6.4. Principais produtos

- 5.7. Higiene pessoal
 - 5.7.1. Definição
 - 5.7.2. Estrutura
 - 5.7.3. Para que serve
 - 5.7.4. Principais produtos
- 5.8. Kit de Primeiros Socorros
 - 5.8.1. Definição
 - 5.8.2. Estrutura
 - 5.8.3. Para que serve
 - 5.8.4. Principais produtos
- 5.9. Ortopedia
 - 5.9.1. Definição
 - 5.9.2. Estrutura
 - 5.9.3. Para que serve
 - 5.9.4. Principais produtos
- 5.10. Óptica
 - 5.10.1. Definição
 - 5.10.2. Estrutura
 - 5.10.3. Para que serve
 - 5.10.4. Principais produtos

Módulo 6. Rentabilidade da Parafarmácia

- 6.1. Contabilidade e finanças de uma Parafarmácia
 - 6.1.1. Aspectos básicos da contabilidade
 - 6.1.2. O ativo na contabilidade da Parafarmácia
 - 6.1.3. O passivo na contabilidade da Parafarmácia
 - 6.1.4. Tipos de IVA. Impostos
- 6.2. Gestão de compras
 - 6.2.1. Fornecedores
 - 6.2.2. Gestão do estoque
 - 6.2.3. Produtos ABC
 - 6.2.4. Tipos de compra na Parafarmácia

- 6.3. Gestão de vendas
 - 6.3.1. Vendas da atividade da farmácia
 - 6.3.2. TPV como ferramenta de vendas da Parafarmácia
 - 6.3.3. Custos e despesas
 - 6.3.4. Lucro líquido
- 6.4. Margem de uma Parafarmácia PVL, PVF e PVP
 - 6.4.1. O que é a PVL?
 - 6.4.2. Cálculo do PVP
 - 6.4.3. Margem líquida e diferenças entre PVL, PVF e PVP
 - 6.4.4. Como melhorar a margem
 - 6.4.5. Amortização da farmácia
- 6.5. Plano de vendas de uma Parafarmácia
 - 6.5.1. Como elaborar um plano de vendas
 - 6.5.2. Fidelização do cliente
 - 6.5.3. Planejamento de incentivos à venda
 - 6.5.4. Incentivos para a equipe de vendas
- 6.6. Ferramentas para estudar as vendas de uma Parafarmácia
 - 6.6.1. Experiência de compra do cliente
 - 6.6.2. *Upselling*
 - 6.6.3. Venda cruzada
 - 6.6.4. *Pacotes*
 - 6.6.5. Técnicas de ofertas para uma Parafarmácia
- 6.7. Principais softwares: Farmatic, Unycop e Bitfarma
 - 6.7.1. Qual escolher?: SL, CB, SA ou autônomo
 - 6.7.2. Recargo de equivalência
- 6.8. Tipos de pagamento
 - 6.8.1. Pagamentos a fornecedores
 - 6.8.2. Adiamento de pagamentos

- 6.9. Plano financeiro
 - 6.9.1. Plano de investimentos
 - 6.9.2. Balanço
 - 6.9.3. Orçamento de caixa
 - 6.9.4. Conta de resultados provisional
 - 6.9.5. Plano de tesouraria
- 6.10. Margem de lucro de uma Parafarmácia
 - 6.10.1. Negociação de fornecedores
 - 6.10.2. Economia de custos em compras
 - 6.10.3. Descontos de fornecedores por pagamento antecipado
 - 6.10.4. Aumentando o horário da Parafarmácia

Módulo 7. Distribuição Parafarmacêutica

- 7.1. Tecnologia inovadora para distribuição parafarmacêutica
- 7.2. Logística
 - 7.2.1. Preparação de pedidos
 - 7.2.2. Entrega de pedidos
 - 7.2.3. Notas fiscais e faturas
 - 7.2.4. Boas práticas
- 7.3. Cadeia de distribuição de produtos parafarmacêuticos
 - 7.3.1. Agentes da distribuição: quem são eles?
 - 7.3.2. O que é um atacadista?
 - 7.3.3. O que é um distribuidor?
 - 7.3.4. O que é um grupo de compras?
 - 7.3.5. A parafarmácia como ponto final de venda ao cliente
- 7.4. Gestão TIC do armazém da parafarmácia
 - 7.4.1. O que é o armazém da parafarmácia?
 - 7.4.2. Gestão de pedidos e abastecimento
 - 7.4.3. Recebimento ou entrada de mercadorias
 - 7.4.4. Armazenamento e organização dos produtos

- 7.5. Mercado parafarmacêutico
 - 7.5.1. Apresentação e definição do mercado em números
 - 7.5.2. O mercado interno
 - 7.5.3. Análise da demanda: uso de produtos de beleza e cuidados pessoais. Comportamento de compra do consumidor
 - 7.5.4. Estrutura de mercado
- 7.6. Gestão do estoque
 - 7.6.1. Gestão otimizada de estoque na parafarmácia
 - 7.6.2. O inventário ideal da parafarmácia baseia-se na análise de 10 variáveis
 - 7.6.3. Coeficiente de rotação e níveis ideais na gestão de estoque da parafarmácia
 - 7.6.4. Conclusões
- 7.7. Tipos de pedidos na Parafarmácia
 - 7.7.1. Gestão de pedidos na Parafarmácia
 - 7.7.2. Que tipos de pedidos existem em uma parafarmácia?
 - 7.7.3. Como fazer pedidos?
 - 7.7.4. Outras opções
- 7.8. Qualidade dos produtos da parafarmácia
 - 7.8.1. Rotulagem dos produtos
 - 7.8.2. Código nacional dos produtos parafarmacêuticos como garantia de qualidade
 - 7.8.3. Imagem de qualidade dos produtos parafarmacêuticos
 - 7.8.4. A parafarmácia como canal de venda garante a qualidade dos produtos
- 7.9. Cliente final
 - 7.9.1. Venda ativa
 - 7.9.2. Recomendações para mudar de venda ativa para venda de conselho
 - 7.9.3. Conhecimento do cliente
 - 7.9.4. O cliente final
- 7.10. Ferramentas para a gestão da parafarmácia
 - 7.10.1. Dicas para otimizar a gestão da parafarmácia
 - 7.10.2. Áreas de gestão da parafarmácia
 - 7.10.3. Dicas práticas
 - 7.10.4. Conclusões

Módulo 8. Atendimento em parafarmácia

- 8.1. Conselho parafarmacêutico
 - 8.1.1. O que é e como deve ser o conselho parafarmacêutico?
 - 8.1.2. A importância do conselho parafarmacêutico para o cliente
 - 8.1.3. Consulta na Parafarmácia
 - 8.1.4. Conclusões
- 8.2. O farmacêutico/parafarmacêutico como consultor de saúde
 - 8.2.1. Sua importância como especialista em saúde
 - 8.2.2. Personalização para o cliente
 - 8.2.3. Acompanhamento do cliente
 - 8.2.4. Serviço de pós-venda
- 8.3. Psicologia do cliente
 - 8.3.1. Espaço de saúde para o cliente
 - 8.3.2. Consultas de dietética e beleza
 - 8.3.3. Conhecimento do cliente
 - 8.3.4. Estratégias com os clientes
- 8.4. Fidelização do cliente
 - 8.4.1. O conselho do farmacêutico como ferramenta para fidelizar o cliente
 - 8.4.2. Ferramentas de fidelização de clientes
 - 8.4.3. Aconselhamento contínuo ao cliente
 - 8.4.4. O cliente como centro do negócio
- 8.5. Corner de saúde em Parafarmácia
 - 8.5.1. Otimizar vendas
 - 8.5.2. Aumentar as vendas na Parafarmácia
 - 8.5.3. Atendimento personalizado ao cliente de acordo com suas necessidades de saúde
 - 8.5.4. Conclusões
- 8.6. Tipos de clientes
 - 8.6.1. A importância de uma equipe alinhada com a estratégia da Parafarmácia
 - 8.6.2. Classificação de clientes
 - 8.6.3. Tratamento do cliente de acordo com sua classificação

- 8.6.4. A equipe da Parafarmácia como conselheiro de saúde para o cliente
- 8.7. *Smart Lockers*
 - 8.7.1. Introdução ao *Smart Locker*
 - 8.7.2. Tirar proveito dos meus *Smart Lockers*
 - 8.7.3. Necessidades de uso do *Smart Lockers*
 - 8.7.4. A Parafarmácia como paradigma tecnológico
- 8.8. Atendimento personalizado
 - 8.8.1. Identifique o cliente
 - 8.8.2. Cuide do seu cliente
 - 8.8.3. A comunicação com o cliente é a ferramenta prioritária para fechar a venda
 - 8.8.4. Conclusões
- 8.9. Novas tecnologias na Parafarmácia
- 8.10. Formação do cliente
 - 8.10.1. Oficinas de formação
 - 8.10.2. Palestras sobre produtos
 - 8.10.3. Marketing voltado para a formação do cliente
 - 8.10.4. Conclusões

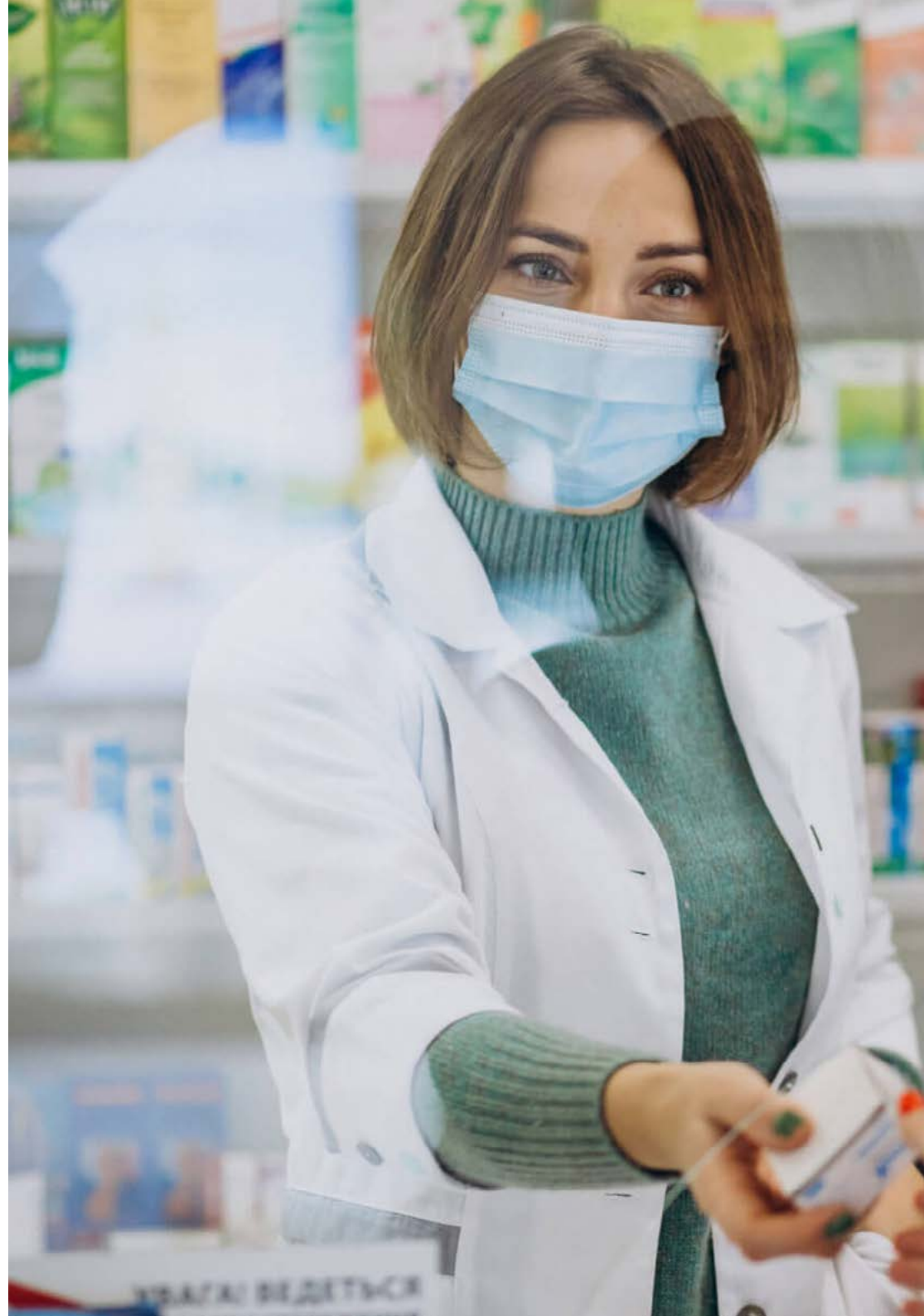
Módulo 9. Plano de Marketing na Parafarmácia

- 9.1. Conceitos de Marketing
 - 9.1.1. Introdução ao Marketing geral
 - 9.1.2. Estratégia de produto
 - 9.1.3. Estratégias de preço
 - 9.1.4. Segmentação e posicionamento
- 9.2. Objetivo de um Plano de Marketing em Parafarmácia
 - 9.2.1. Promover a implantação de atividades comerciais no espaço de venda da Parafarmácia
 - 9.2.2. Aumentar as vendas dos produtos da Parafarmácia
 - 9.2.3. Rotação do estoque de produtos da Parafarmácia
 - 9.2.4. Reforçar a marca da nossa Parafarmácia e combater a concorrência
- 9.3. Campanhas de Marketing na Parafarmácia. Tipos
 - 9.3.1. Campanha promocional
 - 9.3.2. Campanha de depoimentos
 - 9.3.3. Campanha de Marketing em redes sociais
 - 9.3.4. Campanha de lançamento de produto
- 9.4. Etapas do plano de Marketing
 - 9.4.1. Realizar uma análise externa e interna
 - 9.4.2. SWOT
 - 9.4.3. Estabelecer a estratégia de comunicação e o plano de ação
 - 9.4.4. Planejamento do plano de Marketing: a campanha
 - 9.4.5. Comunicação à equipe
 - 9.4.6. Avaliação da campanha
- 9.5. O que é o Marketing viral na Parafarmácia?
 - 9.5.1. Definição do Marketing viral
 - 9.5.2. O boca a boca
 - 9.5.3. Alcance do Marketing viral
 - 9.5.4. Exemplos de Marketing viral
- 9.6. A Identidade da Parafarmácia
 - 9.6.1. Tendência de identidade
 - 9.6.2. Marketing para identidade
 - 9.6.3. Técnicas de identidade
 - 9.6.4. Conclusões
- 9.7. Técnicas de venda cruzada
 - 9.7.1. Definição
 - 9.7.2. Principais técnicas
 - 9.7.3. Obtenção de benefícios
 - 9.7.4. Melhores práticas
- 9.8. *Merchandising* da Parafarmácia
 - 9.8.1. Tipos de *Merchandising*
 - 9.8.2. Diferentes interesses de *Merchandising*
 - 9.8.3. Fornecedor da imagem de marca
 - 9.8.4. O consumidor: escolha de variedade e atratividade
- 9.9. Experiência de compra do consumidor
 - 9.9.1. Tipo de cliente
 - 9.9.2. Personalização
 - 9.9.3. Comunicação com o cliente
 - 9.9.4. Novas tecnologias para comunicação com o cliente

- 9.10. Análise das vendas da parafarmácia
 - 9.10.1. Produtos mais vendidos
 - 9.10.2. Rotação de estoque e periodicidade
 - 9.10.3. ROI
 - 9.10.4. Produtos menos vendidos. Eliminação de estoque

Módulo 10. Parafarmácia online

- 10.1. Diferentes formas de Parafarmácia online
 - 10.1.1. Definição de uma Parafarmácia online
 - 10.1.2. A Parafarmácia online como *e-commerce*: uma nova maneira de comprar online
 - 10.1.3. A parafarmácia online como uma grande oportunidade de negócio
 - 10.1.4. Empreendedorismo online
- 10.2. Vantagens de uma Parafarmácia online
 - 10.2.1. Maior alcance
 - 10.2.2. Aberto 24/7
 - 10.2.3. Menor custo e maior lucro
 - 10.2.4. Estratégia de Marketing Digital
- 10.3. Desvantagens de uma Parafarmácia online
 - 10.3.1. Desconfiança da internet
 - 10.3.2. Não é possível tocar o produto
 - 10.3.3. Acesso à internet por parte de pessoas idosas
 - 10.3.4. Concorrência no setor
- 10.4. Web 3D
 - 10.4.1. Definição
 - 10.4.2. Mercado
 - 10.4.3. Técnicas
 - 10.4.4. Conclusão
- 10.5. Comércio eletrônico: a nova normalidade
 - 10.5.1. Efeito COVID-19: aumento das vendas online
 - 10.5.2. Ferramentas de compra online
 - 10.5.3. Retirada na loja
 - 10.5.4. Atrai tráfego para a Parafarmácia física



- 10.6. Compra digital
 - 10.6.1. Oferta e preço
 - 10.6.2. Confiança do cliente
 - 10.6.3. Serviço de pós-venda
 - 10.6.4. Experiência de compra do cliente
- 10.7. Como criar sua Parafarmácia online. Dicas
 - 10.7.1. Estabeleça objetivos. Um bom nome para sua loja online-parafarmácia online
 - 10.7.2. Certificado SSL
 - 10.7.3. Construa seu site com profissionais
 - 10.7.4. *Web Responsive*
 - 10.7.5. Funil de vendas
 - 10.7.6. Crie uma boa página inicial
 - 10.7.7. Descrição dos produtos
 - 10.7.8. Pós-venda
- 10.8. Posicionamento da Parafarmácia online (SEO)
 - 10.8.1. SEO local para se referenciar localmente
 - 10.8.2. SEO para posicionar categorias, marcas ou produtos de sua parafarmácia online
 - 10.8.3. Publicar conteúdos que se posicionam no Google: blog e marketing de conteúdo
 - 10.8.4. Faça um bom plano de *Backlinks*
- 10.9. Redes sociais na parafarmácia online
 - 10.9.1. Principais redes sociais: Facebook, Instagram, YouTube e LinkedIn
 - 10.9.2. O que fazer para vender através das redes sociais?
 - 10.9.3. Analise sua concorrência
 - 10.9.4. O que podemos fazer para ganhar seguidores?
- 10.10. SEM na parafarmácia online
 - 10.10.1. Como fazer uma campanha de SEM?
 - 10.10.2. Google Ads: O que é?
 - 10.10.3. Facebook Ads: O que é?
 - 10.10.4. Escolher uma agência de marketing digital de SEO e SEM

06

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

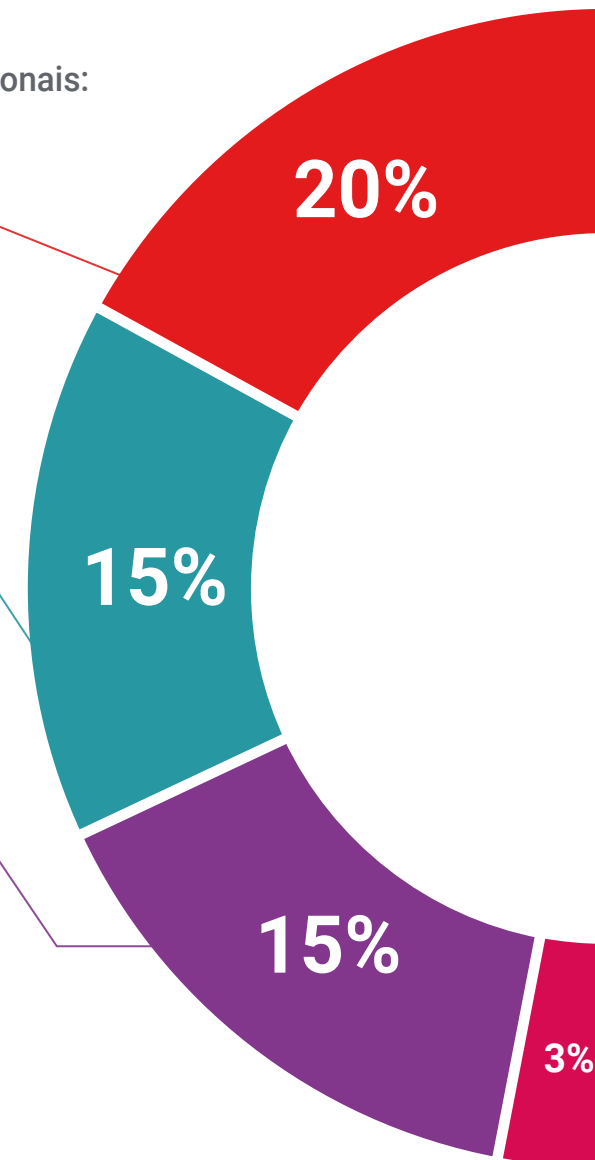
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

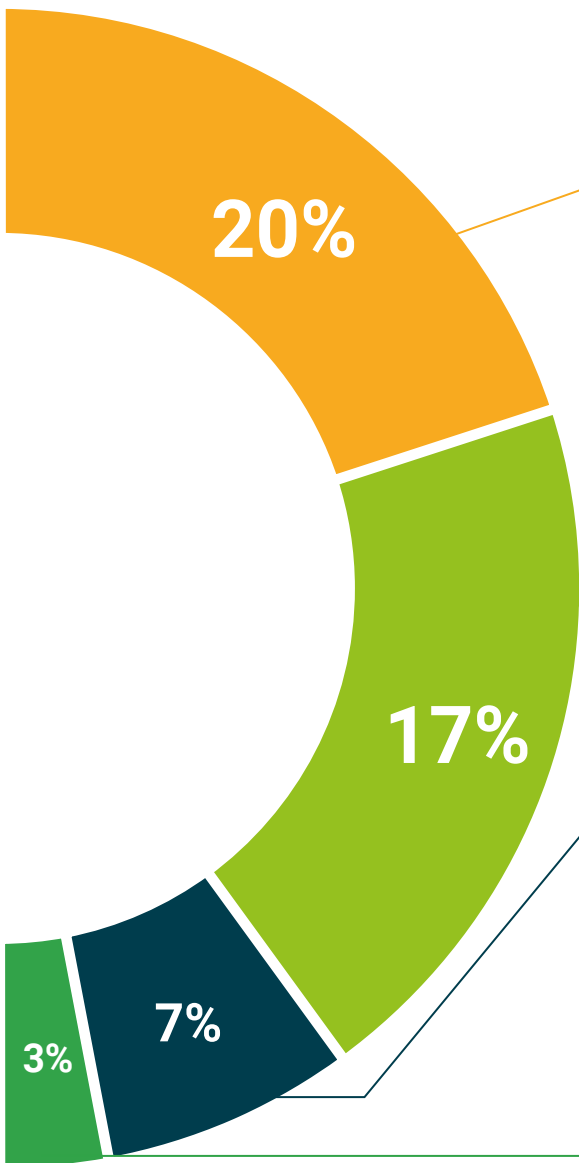
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



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 em Parafarmácia 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 em Parafarmácia** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

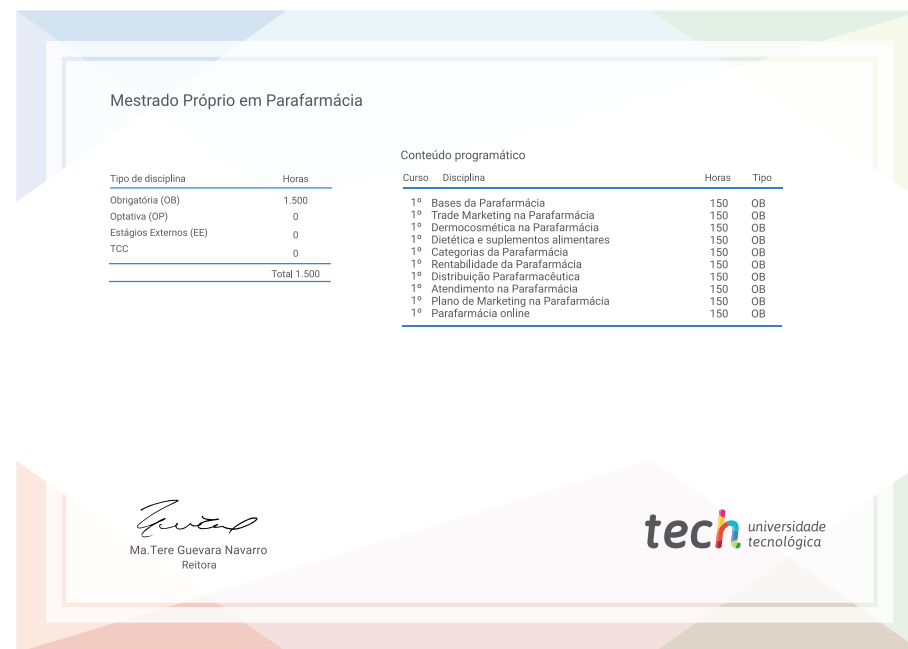
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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: **Mestrado Próprio em Parafarmácia**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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

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

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio
Parafarmácia

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

Mestrado Próprio

Parafarmácia

