



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Curso Experto en Gestión y Marketing de Farmacia Comunitaria***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Curso Experto en Gestión y Marketing de Farmacia Comunitaria

**duración total:** 420 horas

**horas teleformación:** 210 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

La Oficina de Farmacia es un establecimiento cuya responsabilidad es la de adquirir, conservar y dispensar medicamentos y productos sanitarios. Además, cuenta con un componente empresarial que debe ser gestionado eficazmente. Por tanto, el profesional del ámbito farmacéutico requiere una formación tanto en temas de salud, como en habilidades sociales y gestión empresarial, ya que la Oficina de Farmacia es un espacio integral de salud para la población. El Curso en Gestión y Marketing de Farmacia Comunitaria te permite profundizar en aspectos relacionados con la gestión empresarial y marketing, respetando en todo momento la normativa y código deontológico profesional. Este curso experto proporciona las bases para una adecuada planificación, ejecución y control de la Oficina de Farmacia.



+ Información Gratis

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Conocer la estructura y las funciones del personal de la Oficina de Farmacia.
- Desarrollar técnicas para gestionar las compras, ventas y aplicar planes de marketing.
- Ejercer una gestión fiscal eficiente dentro de la Oficina de Farmacia.
- Conocer y segmentar el mercado
- Conocer el SEO/SEM y las principales técnicas

## *para qué te prepara*

El Curso Experto en Gestión y Marketing de Farmacia Comunitaria te preparará para crear un organigrama eficiente en la oficina de Farmacia, realizar una correcta gestión empresarial y administrativa de la oficina de farmacia, gestionando pedidos, planificando la conservación de los productos o realizando campañas de marketing, entre otras funciones. Igualmente, serás capaz de aplicar técnicas de ventas y marketing.

## *salidas laborales*

Este Curso Experto en Gestión y Marketing de Farmacia Comunitaria te prepara como gestor de la Oficina de Farmacia, farmacéutico gerente de la Oficina de Farmacia, auxiliar de Farmacia, personal especializado en ventas, así como cualquier cargo relacionado con la gestión farmacéutica. Serás capaz incluso de dirigir una Farmacia o ejercer de contable interno.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Introducción a la Gestión de Oficinas de Farmacia'
- Manual teórico 'Marketing Farmacéutico'
- Manual teórico 'Oficina de Farmacia'
- Manual teórico 'Gestión Empresarial y Administrativa de la Oficina de Farmacia'
- Manual teórico 'Consultor SEO/SEM'



## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

## programa formativo

### **MÓDULO 1. OFICINA DE FARMACIA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRUCTURA DE LA OFICINA DE FARMACIA**

1. Definición de la Oficina de Farmacia y servicios ofrecidos
2. El local de la Oficina de Farmacia
3. Dispensación y venta en la Oficina de Farmacia
4. Horario de atención al público, servicios de urgencia y vacaciones
5. Información de medicamentos
6. Otras actividades

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNCIONES DEL PERSONAL DE OFICINA DE FARMACIA**

1. Los servicios de farmacia de atención primaria
2. Titularidad y personal de la Oficina de Farmacia
3. Funciones del personal del ámbito farmacéutico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. HABILIDADES EN LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES**

1. Concepto de habilidades sociales
2. Manejo de la comunicación con el cliente/paciente
3. La ética del profesional sanitario en Oficinas de Farmacia
4. Responsabilidad profesional

### **MÓDULO 2. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE OFICINAS DE FARMACIA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. NECESIDAD DE LA GESTIÓN EN LA OFICINA DE FARMACIA**

1. Definición y objetivos
2. Marco legal
3. Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia
4. Gestión medioambiental y de residuos en la Oficina de Farmacia
5. Gestión en la apertura de una Oficina de Farmacia

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE PEDIDOS EN LA OFICINA DE FARMACIA**

1. Documentación en operaciones de compraventa
2. Elaboración y recepción de pedidos
3. Condiciones especiales de gestión de medicamentos: estupefacientes y psicótopos
4. Almacenes de distribución
5. Laboratorios fabricantes
6. Protocolos para la devolución de productos
7. Programas informáticos en la gestión de pedidos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DEL ALMACÉN EN LA OFICINA DE FARMACIA**

1. Concepto y funciones del almacén de productos farmacéuticos
2. Seguridad e higiene en el almacén sanitario. Normativa
3. Tipos de artículos existentes en el almacén
4. Gestión de stocks
5. Inventario y fichas de almacén
6. Programas informáticos para gestión de almacén

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONSERVACIÓN Y CONTROL DE PRODUCTOS**

1. Estabilidad de los medicamentos
2. Caducidad
3. Condiciones de conservación: luz, humedad, temperatura
4. Productos con modificaciones y bajas por el laboratorio fabricante
5. Temperaturas de las instalaciones
6. Programas informáticos para el control de caducidad

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE COBRO Y FACTURACIÓN DE RECETAS**

1. Organismos que gestionan la prestación farmacéutica

2. Tipos de aportaciones en la prestación farmacéutica
3. La receta médica
4. La receta electrónica
5. Facturación de recetas
6. Programas informáticos en la facturación de recetas

## **MÓDULO 3. GESTIÓN EMPRESARIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA OFICINA DE FARMACIA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA**

1. Generalidades de la contabilidad en la farmacia
2. Introducción a la fiscalidad en la farmacia
3. Costes para la toma de decisiones
4. Balance de cuentas y resultados
5. Cuentas anuales
6. Gestión de inventarios

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA FARMACIA**

1. Organizaciones y estructura
2. La Seguridad Social
3. Stakeholders o grupos de interés
4. Reclutamiento y selección de personal
5. Políticas de gestión de personas
6. Tipos de contrato en una farmacia
7. Gestión de nóminas
8. Cálculo de costes laborales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA CADENA LOGÍSTICA FARMACÉUTICA**

1. Introducción
2. Fases de la cadena de suministro
3. Flujos en la cadena logística
4. Gestión de la cadena logística
5. Gestión de imprevistos e incidencias en la cadena logística

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN LA OFICINA DE FARMACIA**

1. Conceptos básicos sobre trabajo y salud
2. Condiciones de trabajo y efecto en la productividad
3. Riesgos relacionados a los profesionales sanitarios
4. Riesgos específicos en la Oficina de Farmacia

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN FISCAL EN LA OFICINA DE FARMACIA**

1. Gestión fiscal en pequeños negocios
2. El calendario fiscal
3. Los impuestos de la farmacia
4. Declaraciones tributarias de la farmacia
5. Transmisión de una farmacia

## **MÓDULO 4. MARKETING FARMACÉUTICO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL**

1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing
2. La función del marketing en el sistema económico
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa Las tendencias actuales en el marketing
4. Marketing y dirección estratégica

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE**

- 1.El entorno de las Organizaciones
- 2.El mercado: Concepto y delimitación
- 3.El mercado de bienes de consumo
- 4.El mercado industrial
- 5.El mercado de servicios

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y EL MARKETING**

- 1.Los componentes de un sistema de información de marketing
- 2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
- 3 Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS**

- 1.Estudios de mercado
- 2.Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
- 3.Tipos de diseño de la investigación de los mercados
- 4.Segmentación de los mercados
- 5.Tipos de mercado
- 6.Posicionamiento

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING FARMACÉUTICO**

- 1.Marketing farmacéutico
- 2.Servicio científico
- 3.Tipos de mercados farmacéuticos
- 4.Regulación de la publicidad y promoción
- 5.Patentes y marcas
- 6.Asociaciones profesionales
- 7.Política de producto
- 8.Política de precio
- 9.Política de distribución
- 10.Comunicación farmacéutica

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN DE MARKETING**

- 1.Técnicas de previsión de ventas
- 2.Marketing estratégico
- 3.El plan de marketing
- 4.Auditoría del plan de marketing: control externo e interno

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS**

- 1.Red de ventas
- 2.Visita Médica
- 3.Micromarketing
- 4.Previsión de ventas
- 5.Elementos financieros en marketing farmacéutico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. MEDICAL MARKETING**

- 1.Investigación y desarrollo de medicamentos
- 2.Análisis de resultados en salud
- 3.Comunicación y publicidad de medicamentos
- 4.Gestión de crisis por motivos de seguridad en medicamentos
- 5.Elaboración de un Medical Marketing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. FARMACOLOGÍA Y MARKETING ESPECIALIZADO**

- 1.Biofarmacia

2. Formas farmacéuticas
3. Marketing de genéricos
4. Marketing de productos hospitalarios
5. Marketing personal

## **MÓDULO 5. CONSULTOR SEO/SEM**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO**

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: Algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en google
5. Estrategia SEO

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM**

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistemas de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEO ON PAGE**

1. Introducción al SEO on page
2. ¿En qué consiste el SEO On Page?
3. Keyword Research
4. Herramientas
5. Arquitectura del Sitio Web
6. Análisis de los Metadatos- Screaming Frog
7. Usabilidad y Experiencia de Usuario- UX
8. Auditoría On Page

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEO OFF PAGE: ENLACES**

1. Introducción al SEO off page
2. Backlinks
3. Consideraciones de los enlaces
4. Análisis de enlaces

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. SEO LOCAL**

- 1.1. Introducción al SEO Local
2. ¿Qué es el SEO Local?
3. Estrategia de SEO Local
4. Google My Business

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEO Y COPIWRITTING**

1. Introducción al SEO y copywriting
2. SEO Copywriting
3. Claves principales para una estrategia de SEO- Copywriting

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEO ESPECIALIZADO**

1. SEO Internacional
2. SEO para Apps: ASO
3. SEO para Amazon Marketplace
4. SEO en Youtube

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. POSICIONAMIENTO PATROCINADO EN BUSCADORES (SEM)**

1. Conceptos clave
2. Inversión en anuncios publicitarios
3. Principales plataformas del marketing en buscadores
4. Google AdWords
5. Bing Ads

6. Consejos de gestión y optimización de campañas SEM

**UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA, FACEBOOK ADS E INSTAGRAM ADS**

1. Publicidad en social media

2. Facebook Ads

3. Instagram Ads

**UNIDAD DIDÁCTICA 10. INDICADORES CLAVE DEL RENDIMIENTO EN SEO Y SEM**

1. Indicadores clave de rendimiento en SEM

2. Introducción a la analítica web

3. Funcionamiento Google Analytics

4. Instalación y configuración de Google Analytics

5. Configuración de las vistas mediante filtros

6. Informes de Audiencia

7. Informes de Adquisición

8. Informes de Comportamiento