



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Postgrado en Técnicas de Venta en Farmacia

+ Información Gratis

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

Postgrado en Técnicas de Venta en Farmacia

duración total: 300 horas

horas teleformación: 150 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Si tiene interés sobre el entorno de la gestión de farmacias y desea especializarse en labores relacionadas con la venta este es su momento, con el Postgrado en Técnicas de Venta en Farmacia podrá adquirir los conocimientos esenciales para desempeñar esta función con éxito. Los avances en materia de nuevas tecnologías o los cambios de relación con los pacientes, exigen habilidades comunicativas, de organización y gestión específicas. A la hora de tratar con clientes la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento entre ambos se puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes. Por ello con este Curso aprenderá los términos de la gestión de farmacia en general y las técnicas de venta a realizar en este sector.



+ 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

- Gestionar y dirigir una oficina de farmacia.
- Estudiar los aspectos administrativos y organizativos imprescindibles para el ejercicio de la profesión.
- Gestionar correctamente la documentación sanitaria.
- Conocer las herramientas necesarias para realizar una venta de forma satisfactoria.
- Fomentar las características del buen vendedor.
- Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con ventas y mercado.
- Mejorar el servicio y atención al cliente.
- Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos acerquen al cliente.
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la venta, su desarrollo y la postventa.

para qué te prepara

Este Postgrado en Técnicas de Venta en Farmacia le prepara para conocer tanto la psicología desde el punto de vista del consumidor como del vendedor. Comprobaremos en qué consiste el servicio o la atención al cliente y cómo podemos influir (como vendedores) en su decisión de compra. Además conocerá los aspectos fundamentales sobre la gestión en farmacias y sus labores de venta.

salidas laborales

Comercial farmacéutico / Dependientes de farmacia / Gestión Farmacéutica.

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 'Gestión y Dirección de Oficinas de Farmacia'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 1'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 2'



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

PARTE 1. GÉSTIÓN Y VENTA EN FARMACIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LEGISLACIÓN FARMACÉUTICA BÁSICA

- 1.Introducción
- 2.Legislación General de Sanidad en Farmacia
- 3.Legislación Farmacéutica sobre Medicamentos
- 4.Legislación sobre Regulación de Servicios de Oficinas de Farmacia

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN SANITARIA

- 1.Estructura del sistema sanitario público y privado en España
- 2.Tipos de prestaciones
- 3.Prestación farmacéutica
- 4.Niveles del Sistema Nacional y Regional de Salud en los establecimientos y servicios farmacéuticos
- 5.Atención primaria: Oficinas de Farmacia, Servicios farmacéuticos de Atención Primaria y Botiquines
- 6.Centros hospitalarios y socio-sanitarios
- 7.Servicios de farmacia
- 8.Distribución farmacéutica
- 9.Almacenes farmacéuticos
- 10.Laboratorios farmacéuticos
- 11.Organizaciones farmacéuticas, colegios profesionales. Organigrama y funciones
- 12.Legislación vigente aplicada al ámbito de actividad
- 13.El personal auxiliar de farmacia. Funciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE CONTROL Y ALMACENAMIENTO DE EXISTENCIAS

- 1.Almacén de productos farmacéuticos y parafarmacéuticos
- 2.Funciones del almacén
- 3.Normas de seguridad e higiene en almacenes sanitarios
- 4.Tipos de artículos almacenados, sistema de almacenaje y criterios de ordenación de productos
- 5.Gestión de stocks
- 6.Valoración de existencias: inventarios, elaboración de fichas de almacén
- 7.Códigos farmacéuticos identificativos de los medicamentos
- 8.Aplicaciones informáticas de gestión y control de almacén

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE EMISIÓN Y RECEPCIÓN DE PEDIDOS

- 1.Documentación y herramientas en operaciones de compraventa: hoja de pedido, albarán, factura, nota de gastos, notas de abono, hojas de devoluciones
- 2.Adquisición de productos: elaboración y recepción de pedidos
- 3.Requisitos necesarios en condiciones especiales de adquisición: estupefacientes y psicótropos
- 4.Almacenes de distribución y laboratorios fabricantes
- 5.Condiciones de devolución de productos
- 6.Aplicaciones informáticas para emisión y recepción de pedidos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO, CONSERVACIÓN Y CONTROL DE PRODUCTOS

- 1.Estudio básico de la estabilidad de los medicamentos: factores que influyen en la estabilidad, requisitos sobre estabilidad
- 2.Control de caducidad y conservación
- 3.Control del lugar de almacenamiento
- 4.Idoneidad de conservación, fotosensibilidad, humedad, temperatura
- 5.Control de productos que han sufrido modificaciones y bajas por el laboratorio fabricante
- 6.Control de temperaturas de las instalaciones y el frigorífico: operaciones para el manejo, calibración y limpieza de los termómetros de máxima y mínima
- 7.Registro gráfico de temperaturas
- 8.Aplicaciones informáticas para control de caducidad

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MANTENIMIENTO DE LOS MEDICAMENTOS

- 1.Introducción
- 2.Cadena de frío de las vacunas
- 3.Elementos materiales de la cadena fija
- 4.Elementos materiales de la cadena móvil
- 5.Controladores de temperatura
- 6.Indicadores químicos
- 7.Estabilidad de las vacunas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DISPENSACIÓN DE LOS MEDICAMENTOS EN LA OFICINA DE FARMACIA

- 1.Introducción a la dispensación de medicamento
- 2.Dispensación de medicamentos sin receta médica
- 3.Dispensación de medicamentos con receta médica
- 4.Especialidades farmacéuticas de dispensación con receta y sometidas a restricciones específicas
- 5.Dispensación de medicamentos genéricos y sustituciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE COBRO DIFERIDO O FACTURACIÓN DE RECETAS

- 1.Organismos y entidades aseguradoras que gestionan la prestación farmacéutica
- 2.Modalidades y tipos de aportaciones en la prestación farmacéutica
- 3.La receta médica: definición y ámbito; modelos oficiales según modalidades de prescripción, de prestación y de producto dispensado; características y datos que deben reunir; plazos de validez, condiciones de conservación y custodia
- 4.Facturación de recetas: normas previas a la facturación, proceso y trámites de facturación, tipos de facturación, período de facturación, presentación de la facturación
- 5.Aplicaciones informáticas en la facturación de recetas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN FARMACÉUTICA EN EL SERVICIO DE FARMACIA HOSPITALARIA

- 1.Objetivos, funciones y estructura del Servicio de Farmacia Hospitalaria
- 2.Adquisición, recepción y devolución de productos en el servicio de farmacia hospitalaria
- 3.Tipos de almacenes y control de productos
- 4.Sistemas de distribución intrahospitalaria de medicamentos y productos sanitarios
- 5.Indicadores de garantía de calidad en el servicio de farmacia hospitalaria
- 6.Reenvasado de medicamentos
- 7.Aplicación informática de gestión y distribución en el servicio hospitalario

UNIDAD DIDÁCTICA 10. DOCUMENTACIÓN EN ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS DE FARMACIA

- 1.Documentos y herramientas de control de la dispensación en la Oficina de Farmacia
- 2.Documentos y herramientas de control de la dispensación en farmacia hospitalaria
- 3.Documentación en la elaboración de fórmulas magistrales y preparados oficinales: documentación relativa a materias primas, documentación relativa al material de acondicionamiento
- 4.Formulario Nacional
- 5.Real Farmacopea Española
- 6.Documentos en la dispensación de fórmulas magistrales
- 7.Protocolos de almacenes de distribución farmacéuticos
- 8.Información y documentación relativas al sistema de fármaco-vigilancia para comunicación de efectos adversos que pudieran haber sido causados por los medicamentos

PARTE 2. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

- 1.Concepto de mercado
- 2.Definiciones y conceptos relacionados
- 3.División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL MERCADO

- 1.Ciclo de vida del producto
- 2.El precio del producto

- 3.Ley de oferta y demanda
- 4.El precio y al elasticidad de la demanda
- 5.Comercialización y mercado
- 6.La marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. EL CONSUMIDOR

- 1.El consumidor y sus necesidades
- 2.La psicología; mercado
- 3.La psicología; consumidor
- 4.Necesidades
- 5.Motivaciones
- 6.Tipos de consumidores
- 7.Análisis del comportamiento del consumidor
- 8.Factores de influencia en la conducta del consumidor
- 9.Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

- 1.Servicio al cliente
- 2.Asistencia al cliente
- 3.Información y formación del cliente
- 4.Satisfacción del cliente
- 5.Formas de hacer el seguimiento
- 6.Derechos del cliente-consumidor
- 7.Tratamiento de reclamaciones
- 8.Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE COMPRA

- 1.Proceso de decisión del comprador
- 2.Roles en el proceso de compra
- 3.Complejidad en el proceso de compra
- 4.Tipos de compra
- 5.Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PUNTO DE VENTA

- 1.Merchandising
- 2.Condiciones ambientales
- 3.Captación de clientes
- 4.Diseño interior
- 5.Situación de las secciones
- 6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
- 7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS

- 1.Introducción
- 2.Teoría de las ventas
- 3.Tipos de ventas
- 4.Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

- 1.El vendedor

2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta
7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES

1. La motivación
2. Técnicas de motivación
3. Satisfacción en el trabajo
4. Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. Proceso de comunicación
2. Elementos de la comunicación comercial
3. Estructura del mensaje
4. Fuentes de información
5. Estrategias para mejorar la comunicación
6. Comunicación dentro de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. Escucha activa
3. Lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

1. Inteligencias múltiples
2. Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
3. Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
4. Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

1. Introducción
2. Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
3. El lenguaje emocional
4. Habilidades de la Inteligencia Emocional
5. Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
6. Establecer objetivos adecuados
7. Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

1. Metodología que debe seguir el vendedor
2. Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

1. Presentación
2. Cómo captar la atención
3. Argumentación
4. Contra objeciones
5. Demostración
6. Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Bases fundamentales de los procesos de negociación
3. Tipos de negociadores
4. Las conductas de los buenos negociadores

- 5.Fases de la negociación
- 6.Estrategias de negociación
- 7.Tácticas de negociación
- 8.Cuestiones prácticas de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

- 1.Estrategias para cerrar la venta
- 2.Tipos de clientes; cómo tratarlos
- 3.Técnicas y tipos de cierre
- 4.Cómo ofrecer un excelente servicio postventa