







***Postgrado en Técnica  
Farmacéutico + Titulación***



# INESEM

---

## SINESS SCHOOL

***is de Venta y Marketing  
ón Universitaria + 5 ECTS***

**+ Información Gratis**

**titulación de formación continua bonificada  
empresarial**

# ***Postgrado en Técnicas Farmacéutico + Titulaci***

***duración total:*** 425 horas

***horas telefo***

***precio:*** 0 € \*

***modalidad:*** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

**+ Información Gratis**

## *descripción*

Las empresas farmacéuticas han visto en el marketing f éxito en el mercado, por lo que los profesionales de este de esta tarea a la perfección. Gracias a la realización de Marketing Farmacéutico podrá adquirir los conocimientos profesionalmente en el marketing farmacéutico y desarro

**+ Información Gratis**



**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y





## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo q  
conocimientos técnicos en este área.

**+ Información Gratis**

## objetivos

- Aprender todo lo relacionado con el marketing en el sistema empresarial.
- Realizar estudios de mercado, conociendo los diferentes tipos de mercados y los mismos.
- Conocer el entorno farmacéutico así como la importancia de las farmacias.
- Aprender las técnicas más relevantes en los procesos de venta.
- Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con la venta.
- Mejorar el servicio y atención al cliente.
- Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos ayuden a vender.
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la práctica.

+ Información Gratis

## *para qué te prepara*

Este Postgrado en Técnicas de Venta y Marketing Farm amplia y precisa sobre el marketing farmacéutico y las e tenga el éxito esperado, llegando a adquirir las técnicas

## *salidas laborales*

Farmacias / Empresas Farmacéuticas / Marketing Farm:

**+ Información Gratis**

## *titulación*

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte Oficial que acredita el haber superado con éxito todas la el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la du alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que e firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de l recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

**+ Información Gratis**



## INSTITUTO EUROPEO DE EST

como centro de Formación acreditado para la im  
EXPIDE LA SIGUIENTE

**NOMBRE DEL A**

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los

**Nombre de la Acc**

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formac  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con

Con una calificación de €

Y para que conste expido la pre  
Granada, a (día) de (m

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Sell



*forma de bonificación*

+ Información Gratis

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y

## MODULOS EMPRESARIALES

participación a nivel nacional de formación  
TITULACIÓN

ALUMNO/A

estudios correspondientes de

## Formación Formativa

ión INESEM en la convocatoria de XXXX  
número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

SOBRESALIENTE

esente TITULACIÓN en  
es) de (año)



Firma del alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A



- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los s  
mes a la Seguridad Social.

**+ Información Gratis**



## *metodología*

El alumno comienza su andadura en INESEM a través de una metodología de aprendizaje online, el alumno debe seguir un itinerario formativo, así como realizar las actividades y actividades del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final con un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder acceder al título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán seguimiento de todos los progresos del alumno así como estableciendo consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar toda su formación en la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad de Aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

**+ Información Gratis**

## *materiales didácticos*

- Manual teórico 'Marketing Farmacéutico'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol

**+ Información Gratis**



**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y



Postgrado en Técnicas de Venta y Marketing F

*profesorado y servicio de tutorías*

**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y

Nuestro equipo docente estará a su disposición para de contenido que pueda necesitar relacionado con el cu nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email un documento denominado “Guía del Alumno” entregad Contamos con una extensa plantilla de profesores espe con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y form como solicitar información complementaria, fuentes bibli Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y co respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías tel hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede c del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizan

+ Información Gratis

**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y



**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y







## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en el curso de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad

**+ Información Gratis**

Después de la finalización del curso, que dependerá de la modalidad formativa con una fecha de inicio y una fecha

Los cursos de modalidad online, el campus virtual y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y pron para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, p artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de opo administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

**+ Información Gratis**

Este sistema comunica al alumno directamente con nue de matriculación, envío de documentación y solución de

Además, a través de nuestro gestor documental, el alu sus documentos, controlar las fechas de envío, finalizac lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

*programa formativo*

# PARTE 1. MARKETING FA

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. PAPEL DEL MARKETING EN E EMPRESARIAL

1.Evolución del concepto y contenido del marketing: e

+ Información Gratis

marketing.

2.La función del marketing en el sistema económico.

3.El marketing como filosofía o cultura empresarial: ev  
tendencias actuales en el marketing.

4.Marketing y dirección estratégica.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN**

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 MER**

1.Importancia de la estrategia de segmentación del m

2.Los criterios de segmentación de mercados de cons

3.Las estrategias de cobertura del mercado.

4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INVESTIGACIÓN DE MERC**

1.Los componentes de un sistema de información de r

2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigació

3 Metodología para la realización de un estudio de inv

**+ Información Gratis**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTUDIOS DE MERCADO Y SI**

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. EL ENTORNO FARMACÉUTICO**

1. Estructura del mercado farmacéutico y su regulación
2. Sistemas de registro de medicamentos
3. Distribución farmacéutica
4. Estructura de un laboratorio farmacéutico
5. Principales factores en el desarrollo de fármacos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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

+ Información Gratis

7. Política de producto
8. Política de precio
9. Política de distribución
10. Comunicación farmacéutica

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLANIFICACIÓN DE MARKETI**

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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. VENTAS**

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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. FARMACOLOGÍA Y MARKET**

1. Biofarmacia
2. Formas farmacéuticas
3. Marketing de genéricos
4. Marketing de productos hospitalarios

+ Información Gratis



5. Marketing personal

## **PARTE 2. PSICOLOGÍA Y**

### **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 la elasticidad de la demanda
5. Comercialización y mercado
6. La marca

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SI**

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

**+ Información Gratis**

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

**+ Información Gratis**

## **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**

+ Información Gratis

- 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 PROFESION**

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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

- 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

**+ Información Gratis**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y F**

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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO.**

- 1.Inteligencias múltiples
- 2.Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoes
- 3.Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorre
- 4.Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertiv

## **UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL.**

- 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 é
- 6.Establecer objetivos adecuados
- 7.Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la e

## **UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLI**

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

+ Información Gratis

## **UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO**

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**

1. Estrategias para cerrar la venta
2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
3. Técnicas y tipos de cierre

**+ Información Gratis**

## 4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

**+ Información Gratis**

[www.formacioncontinua.eu](http://www.formacioncontinua.eu)

información y