



www.inesalud.com

La escuela de  
formación online líder  
en el sector de la salud



**Master de Formación Permanente en Dirección Comercial y Marketing de Industrias Farmacéuticas + 60 Créditos ECTS**

Avalado por:



Universidad Europea  
Miguel de Cervantes

Master Direccion  
Comercia...

[Ver curso en la web](#)

# ÍNDICE

1

Sobre  
INESALUD

2

Somos  
INESALUD

3

Nuestros  
valores

4

Metodología  
EDAN

5

Alianzas

6

Razones  
por las que  
elegir  
INESALUD

7

Nombre  
formación,  
datos clave  
y titulación

8

Objetivos  
y salidas  
laborales

9

Temario

10

Becas y  
financiación

11

Formas de pago

12

Contacto

## SOBRE INESALUD

### SUMA CONOCIMIENTO PARA AVANZAR EN SALUD

**INESALUD** es dedicación, vocación y profesionalidad. Es tender la mano, inyectar ánimo y extraer malestar. O lo que es lo mismo, mejorar la vida de los demás y velar por la calidad de su existencia. Porque no concebimos un sistema que no proteja el bienestar y la salud de sus ciudadanos. Como tampoco entendemos el cuidado del plano físico sin el mental. Por eso, **INESALUD** es conocimiento, atención y compromiso. De ahí que nuestra mejor medicina siempre sea la investigación combinada con la pasión que le ponemos a nuestro trabajo día tras día.

## SOMOS INESALUD

**INESALUD** es un centro de educación online especializado en ciencias de la salud que ofrece formación superior con contenidos de alta calidad e impartidos por docentes reconocidos y en activo.

Gracias a la metodología **EDAN** el alumnado aprende de una forma dinámica y práctica, con contenido exclusivo, actualizado y accesible en cualquier momento o lugar, garantizando la máxima flexibilidad de estudio. Además, la formación es impartida por docentes que trasladan todo su conocimiento y experiencia de forma práctica y aseguran un aprendizaje efectivo y adaptado al entorno laboral.

+ 18 años  
formando a especialistas  
de la salud

+ de 50.000  
estudiantes formados

98%  
tasa empleabilidad

## NUESTROS VALORES

### Compromiso

Somos responsables y estamos comprometidos con la sociedad y con su bienestar. Este deber se materializa en ofrecer una formación de calidad con el objetivo de capacitar a los mejores profesionales sanitarios, preparándolos para hacer frente a las exigencias que demanda el sector de la salud.

### Calidad

Nuestra condición es ofrecer un servicio sobresaliente y garantizar la satisfacción del alumnado. Velamos por la excelencia en nuestros procesos, temarios, claustro y oferta formativa. Estamos en constante cambio para responder a las necesidades de los estudiantes y a los avances científicos.

### Aplicabilidad

Nuestra misión es ofrecer un modelo de aprendizaje práctico, que desarrolle el potencial del alumnado y sea de aplicación directa en su sector. Somos dúctiles, nos ajustamos a la realidad y entendemos que nuestro objetivo es instruir y preparar a profesionales en el mundo de la salud.

### Empatía

La sociedad y su bienestar nos importan. Somos humanos y sensitivos. Nos esforzamos por entender las circunstancias de las personas que nos rodean y aplicamos la escucha activa, captando, comprendiendo y aliviando.

# METODOLOGÍA EDAN

La Metodología EDAN es un sistema pedagógico basado en el aprendizaje activo. Esto significa que el alumnado adquiere conocimientos de forma práctica y dinámica, interactuando con otros compañeros del ámbito de la salud y desarrollando su capacidad crítica mediante supuestos reales. Esta metodología se define por ser:

## Eficaz

INESALUD ofrece una formación útil y efectiva. La metodología EDAN tiene en cuenta las circunstancias del alumnado y el tiempo del que dispone. Por eso, el profesorado muestra un fiel compromiso con el estudiante e imparte la formación de forma clara y directa, combinando sus objetivos con las necesidades del mercado laboral.

## Dinámica

Un aprendizaje interactivo, en un campus dinámico y con recursos multimedia, permite al estudiante profundizar en el contenido y desarrollar su pensamiento crítico de una forma entretenida y enriquecedora. A través de la gamificación y de actividades con supuestos, el alumnado afianza conocimientos y refuerza lo aprendido.

## Activa

El alumnado es el protagonista y se potencia que aprenda de forma proactiva y desenvuelta. En este sentido, se persigue que los estudiantes sean participativos y compartan su conocimiento y visión. Para cumplir con este objetivo, se favorece el collaborative learning, trabajando en equipo y compartiendo ideas y opiniones a través de foros.

## Nutritiva

La formación de INESALUD se enmarca en el contexto actual de la medicina y los contenidos impartidos están actualizados según las novedades e investigaciones del sector. Los docentes, por su parte, priman una enseñanza aplicada al entorno laboral y se sirven de su experiencia para ofrecer un aprendizaje basado en casos reales.

## ALIANZAS

INESALUD ofrece información en salud de la mano de un referente en el sector:



Gracias a esta asociación, el alumnado se forma con los mejores profesionales del sector, en activo y con gran experiencia como docentes y especialistas de la salud. Además, ambas entidades fomentan la investigación y la actualización de prácticas en el entorno de la salud, organizando congresos de forma continuada.



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA



Universidad Europea  
Miguel de Cervantes



SAN IGNACIO  
UNIVERSITY  
MIAMI, FL



e-CAMPUS  
UNIVERSITY

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESALUD



### Contenido de calidad

Diseñado cuidadosamente y actualizado día a día para adaptarse por completo a la realidad laboral del momento.



### Oposiciones

Obtén puntos para la bolsa de trabajo gracias a los cursos de formación sanitaria baremables.



### Claustro de renombre

Profesores que trabajan en el sector sanitario y están especializados en diferentes áreas de la medicina.



### Metodología online

Apostamos por ofrecer estudios online con las herramientas más innovadoras.



### Flexibilidad de estudio

Garantizando la calidad y excelencia estés donde estés y sea cual sea el momento en el que decidas estudiar.



### Becas y financiación

Benefíciate de nuestro sistema de becas adaptadas a tu perfil y disfruta de nuestras facilidades de financiación.

# Master de Formación Permanente en Dirección Comercial y Marketing de Industrias Farmacéuticas + 60 Créditos ECTS

## Para qué te prepara

Este Máster en Dirección Comercial y Marketing en Industria Farmacéutica es una formación especializada y totalmente enfocada al sector farmacéutico. A través de su contenido, adquirirás las herramientas necesarias para poder liderar la estrategia de marketing y ejecutar la dirección comercial de una empresa de la industria farmacéutica, siempre atendiendo a los conceptos más importantes del área sanitaria.

## Titulación

Este Máster en Dirección Comercial y Marketing en Industria Farmacéutica es una formación especializada y totalmente enfocada al sector farmacéutico. A través de su contenido, adquirirás las herramientas necesarias para poder liderar la estrategia de marketing y ejecutar la dirección comercial de una empresa de la industria farmacéutica, siempre atendiendo a los conceptos más importantes del área sanitaria.



## Objetivos

- Conocer los conceptos más informantes del área de la farmacología - Adentrarse en el mundo de los ensayos clínicos. - Obtener una visión integral de la industria farmacéutica. - Aprender a gestionar una estrategia de marketing de una industria farmacéutica. - Ejecutar la estrategia comercial de una empresa de esta área.

## A quién va dirigido

Este Máster de Formación Permanente en Dirección Comercial y Marketing en Industrias Farmacéuticas va dirigido a aquellas personas que tengan una titulación universitaria en Ciencias de la Salud o bien se dediquen a la rama empresarial y quieran adentrarse en el sector farmacéutico. Es un complemento perfecto para aunar los conceptos de ambas áreas. En todo caso será imprescindible disponer de titulación universitaria.

## Salidas laborales

Con el Máster en Dirección Comercial y Marketing en Industria Farmacéutica, podrás optar a múltiples puestos de trabajo dentro de la industria farmacéutica: responsable del departamento de marketing, director comercial, gestor de proyectos, consultor de la industria farmacéutica, desarrollo de negocio de empresas Biotech, departamento de ventas...

# MÓDULO 1. BASES CIENTÍFICAS DE FARMACOLOGÍA Y TOXICOLOGÍA

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. FARMACOLOGÍA

1. Farmacología: definición y diferencia con otras ciencias
2. Farmacocinética
3. Farmacodinamia

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. PARÁMETROS FARMACOCINÉTICOS

1. Parámetros farmacocinéticos fundamentales. Aclaramiento
2. Parámetros farmacocinéticos fundamentales. Volumen de distribución
3. Semivida
4. Biodisponibilidad y efecto de primer paso

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORMAS FARMACÉUTICAS

1. Principales formas farmacéuticas
2. Formas líquidas no estériles
3. Formas líquidas estériles
4. Formas sólidas no estériles
5. Formas sólidas estériles
6. Formas semisólidas
7. Otras formas farmacéuticas
8. Formas farmacéuticas especiales

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. VÍAS DE ADMINISTRACIÓN

1. Vías de administración farmacológica
2. Vía oral
3. Vía rectal
4. Vía parenteral
5. Aplicación tópica

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. REACCIONES ADVERSAS A LOS MEDICAMENTOS

1. Conceptos relacionados más frecuentemente con las reacciones adversas a medicamentos
2. Clasificación de reacciones adversas a medicamentos
3. Fármacos que más frecuentemente se asocian a las RAM
4. Manifestaciones clínicas y factores que modifican las RAM

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTERACCIONES FARMACOLÓGICAS

1. Conceptos que más se relacionan con las interacciones farmacológicas
2. Factores que favorecen las interacciones farmacológicas
3. Interacciones farmacéuticas

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. TOXICIDAD POR MEDICAMENTOS

1. El laboratorio de toxicología clínica

Master Dirección  
Comercia...

[Ver curso en la web](#)

2. Diagnóstico general de las intoxicaciones
3. Conceptos generales de toxicocinética
4. Intoxicación aguda por salicilatos
5. Intoxicación aguda por paracetamol
6. Intoxicación por benzodiazepinas y barbitúricos
7. Intoxicación medicamentosa por fármacos antidepresivos
8. Intoxicación aguda por neurolépticos
9. Corazón e intoxicaciones
10. Síndrome serotoninérgico

## **MÓDULO 2. ENSAYOS CLÍNICOS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. FASES DE LA INVESTIGACIÓN CLÍNICA**

1. Fase I
2. Fase II
3. Fase III
4. Fase IV

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EPIDEMIOLOGÍA I**

1. La investigación
2. Epidemiología descriptiva
3. Epidemiología analítica

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EPIDEMIOLOGÍA II**

1. Diseño de estudios epidemiológicos
2. Principales estudios epidemiológicos
3. Análisis de los datos en los estudios epidemiológicos
4. Errores en Epidemiología
5. Red Nacional de Vigilancia Epidemiológica

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO Y GESTIÓN DE ENSAYOS CLÍNICOS**

1. Introducción al ensayo clínico
2. Herramientas de recogida de datos en estudios epidemiológicos
3. Gestión de datos
4. Interpretación y comunicación de resultados

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLASIFICACIÓN DE ENSAYOS CLÍNICOS**

1. Clasificación de ensayos clínicos
2. En función del desarrollo clínico y objetivos
3. En función del número de participantes
4. En función del objetivo perseguido
5. En función del enmascaramiento
6. En función de su metodología
7. En función de la aleatorización

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. MONITORIZACIÓN DE ENSAYOS CLÍNICOS

1. Glosario bilingüe español-inglés sobre ensayos clínicos
2. Planificación del ensayo clínico
3. Desarrollo del ensayo clínico
4. Perfil del monitor de ensayo clínico o CRA
5. Participantes en los ensayos clínicos

## MÓDULO 3. SISTEMA NACIONAL DE SALUD. AUTORIZACIÓN, FINANCIACIÓN Y REGISTRO DE MEDICAMENTOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRUCTURA DEL SISTEMA NACIONAL DE SALUD

1. Estructura del sistema sanitario público en España. Niveles de asistencia
2. Tipos de prestaciones
3. Organización funcional y orgánica de los centros sanitarios
4. Salud pública
5. Salud comunitaria
6. Vías de atención sanitaria al paciente

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LEY GENERAL DE SANIDAD

1. Normas relacionadas con el sector sanitario
2. Ley General de sanidad

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. AUTORIDADES SANITARIAS: AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS (AEMPS), AGENCIA EUROPEA DE MEDICAMENTOS (EMA) Y FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA)

1. Autoridades sanitarias, su importancia y funciones
2. AEMPS
3. EMA
4. FDA

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. AUTORIZACIÓN DE APERTURA Y MODIFICACIONES DE LOS LABORATORIOS FARMACÉUTICOS

1. Descripción general de la presentación de solicitudes
2. Requisitos técnicos de los equipos informáticos
3. Uso de la aplicación en la presentación de solicitudes
4. Documentación obligatoria
5. Envío del formulario con firma o sin firma
6. Modificaciones de los laboratorios farmacéuticos

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRECIOS Y SISTEMA DE FINANCIACIÓN DE MEDICAMENTOS

1. Precios de los medicamentos
2. Requisitos de financiación de los medicamentos

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. REGISTRO DE MEDICAMENTOS

1. Introducción al registro
2. Dossier de registro
3. Tipos de procedimientos de registro de medicamentos
4. Otros productos: Productos Sanitarios, complementos alimenticios, cosméticos y productos de cuidado personal

# MÓDULO 4. FARMACOECONOMÍA

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. FARMACOECONOMIA

1. Concepto y utilidad de la farmacoeconomía
2. Medida del bienestar mediante la farmacoeconomía
3. Tipos de evaluaciones económicas
4. Etapas de la evaluación económica
5. Limitaciones de la farmacoeconomía

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD DE COSTES

1. Definición de la Contabilidad de Costes
2. Objetivos
3. Relación con la contabilidad de financiera
4. Concepto de coste
5. Clasificaciones de costes

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTO DE COSTE EN EL PROCESO PRODUCTIVO

1. Conceptos de gasto, pago y coste
2. Costes del producto y del periodo
3. Costes directos e indirectos
4. Costes fijos y variables
5. Costes necesarios versus costes no necesarios: costes de la actividad y subactividad

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. COSTES ESTANDARES Y AVANZADOS

1. Características del modelo de costes estándar
2. El coste estándar: su determinación
3. Cálculo y análisis de las desviaciones en el coste de los materiales directos
4. Cálculo y análisis de las desviaciones en el coste de la mano de obra directa
5. Cálculo y análisis de las desviaciones en costes directos

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. RIESGO EN EL ANÁLISIS DE INVERSIONES

1. Métodos simples del tratamiento del riesgo
2. Análisis de la sensibilidad y de los distintos escenarios
3. Decisiones secuenciales: arboles de decisión

## MÓDULO 5. 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. 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 6. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL Y PLAN DE VENTAS**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS DE VENTAS**

1. Venta directa
2. Venta a distancia
3. Venta multinivel
4. Venta personal
5. Otros tipos de venta

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PLATAFORMA COMERCIAL. RELACIONES PROVEEDORES-CLIENTES**

1. Contextualización de las relaciones fabricantes-distribuidores
2. Técnicas de negociación con proveedores

Master Dirección  
Comercia...

[Ver curso en la web](#)

### 3. Red de proveedores y clientes

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS. PREVISIÓN DE CUOTAS Y VENTAS

1. Métodos de previsión y utilidad
2. Análisis geográfico de las zonas de ventas
3. Fijación de objetivos
4. Diferencias entre objetivos y previsiones
5. Cuotas de actividad
6. Cuotas de participación
7. Cuotas económicas y financieras
8. Estacionalidad
9. El plan de ventas

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

1. Análisis de la sensibilidad del precio
2. Discriminación de precios
3. Estrategias de precio
4. Políticas de descuento

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización
2. Conceptos de fidelización
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización de clienteS
5. Estructura de un plan de fidelización

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXPERIENCE CUSTOMER

1. Cómo monitorizar la experiencia del cliente
2. Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
3. Generando valor añadido a cada cliente
4. Neuromarketing

# MÓDULO 7. ELABORACIÓN Y CONTROL DE PRESUPUESTOS

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

1. Proceso de planificación de la empresa
2. Estructura del control
3. Organización del proceso presupuestario
4. Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO ANUAL

1. Presupuestos de explotación: ventas, producción y compras
2. Presupuestos de capital: inversión, financiero y de capital
3. Presupuesto de tesorería
4. Ejercicio resuelto. Presupuestos de capital y tesorería

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELABORACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS**

1. Aproximación a los estados financieros
2. Cuenta de resultados pro-forma: cuenta de pérdidas y ganancias o cuenta de explotación
3. Balance de situación pro-forma

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTROL PRESUPUESTARIO**

1. El control presupuestario: introducción
2. Seguimiento y control del presupuesto de explotación
3. Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
4. Seguimiento y control del presupuesto de tesorería
5. Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

# **MÓDULO 8. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PERFIL DEL EQUIPO DE VENTAS**

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 2. LIDERAZGO DEL EQUIPO COMERCIAL**

1. Actividades de gestión vs actividades de liderazgo
2. El líder de equipos
3. Liderazgo desde la planificación comercial
4. Liderazgo desde la negociación con los clientes
5. La influencia del líder Coaching de ventas
6. Modelos de gestión de equipos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CREACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS**

1. Técnicas básicas de selección de personal
2. La heterogeneidad del grupo
3. Diferentes tipos de equipo
4. Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
5. Determinación de roles dentro del equipo de ventas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. MOTIVACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS**

1. Motivación personal del equipo de ventas
2. Motivaciones económicas El plan de remuneración
3. Plan de motivación a largo plazo

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN ORAL, EXPRESIÓN ESCRITA Y ESCUCHA EN LA VENTA**

1. Introducción
2. Defectos frecuentes por parte del/la que habla
3. Defectos frecuentes por parte del/la oyente
4. Leyes de la Comunicación
5. Principios de la Comunicación
6. El proceso de comunicación
7. Mensajes que facilitan el diálogo
8. La retroalimentación
9. Ruidos y barreras en la comunicación
10. Cómo superar las barreras en la comunicación
11. La expresión oral en la venta
12. Cómo llevar a cabo la expresión oral en la venta
13. La expresión escrita en la venta
14. Las veinte sugerencias para la comunicación escrita
15. La escucha en la venta
16. Como mejorar la capacidad de escuchar
17. Tipos de Preguntas
18. La comunicación no verbal
19. Emitiendo señales, creando impresiones
20. Los principales componentes no verbales
21. La asertividad
22. Tipología de personas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL CENTERS**

1. Elementos de la comunicación comercial
2. Estrategias para mejorar la comunicación
3. Comunicación dentro de la empresa
4. Dispositivos de Información
5. Habilidades sociales y protocolo comercial
6. La comunicación verbal
7. Comunicación no verbal
8. La Comunicación Escrita
9. Técnicas y procesos de negociación
10. Bases fundamentales de los procesos de negociación
11. Las conductas de los buenos/as negociadores/as
12. Estrategias y tácticas en la negociación

## MÓDULO 9. ASPECTOS LEGALES EN EL DESARROLLO Y AUTORIZACIÓN DE MEDICAMENTOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LEGISLACIÓN FARMACÉUTICA BÁSICA

1. Introducción
2. Legislación General de Sanidad en Farmacia
3. Legislación Farmacéutica sobre Medicamentos

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. AGENCIA EUROPEA DE MEDICAMENTOS

1. La Agencia Europea de Medicamentos
2. El registro de medicamentos en la Comunidad Europea
3. El procedimiento centralizado en el registro de medicamentos de uso humano
4. Autorización y supervisión comunitaria de los medicamentos veterinarios sometidos al procedimiento centralizado de registro
5. Reconocimiento mutuo de autorizaciones de comercialización de medicamentos entre Estados miembros
6. El certificado complementario de protección de medicamentos
7. Los medicamentos huérfanos en la Comunidad Europea

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CÓDIGO DEONTOLÓGICO

1. Fundamento filosófico de la ética y deontología profesional
2. Código deontológico de la profesión farmacéutica
3. Responsabilidad moral, legal y social del farmacéutico
4. Secreto profesional

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. FARMACOVIGILANCIA

1. Farmacovigilancia
2. Sistema Español de Farmacovigilancia
3. Programa de Notificación Espontánea de reacciones adversas
4. Reacciones adversas: concepto y clasificación

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. REGISTROS DE MEDICAMENTOS

1. Nociones básicas del registro de estudios clínicos y medicamentos
2. La patente farmacéutica
3. Autorización de nuevos medicamentos
4. Industria farmacéutica y regulación de precios y acceso a medicamentos y productos sanitarios en España
5. Market access

## MÓDULO 10. PROYECTO DE FIN DE MÁSTER

## BECAS Y FINANCIACIÓN

Consulta nuestro programa completo de becas en la web

**25%** Beca ALUMNI

**20%** Beca DESEMPLEO

**15%** Beca EMPRENDE

**15%** Beca RECOMIENDA

**15%** Beca GRUPO

**20%** Beca FAMILIA NUMEROSA

**20%** Beca DISCAPACIDAD

**20%** Beca para profesionales, sanitarios, colegiados/as



## FORMAS DE PAGO



Tarjeta de crédito



PayPal

 bizum

Bizum

 amazon pay

Amazon Pay



PayU

Matricúlate en cómodos plazos sin intereses. Fracciona tu pago con la garantía de:



innovapay

Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin intereses.



## ¿Te ha parecido interesante esta formación?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

## Solicita información sin compromiso

Llámadme gratis

¡Matricularme ya!

## ¿Encuétranos aquí!

### Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO  
EDUCA EDTECH, C.P. 18.200, Maracena (Granada)

Telf.: 958 050 746

## Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h

Sábados: 10:00 a 14:00h

"¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!"

