Cursos Universitarios

Curso en Marketing Farmaceutico. Merchandising (Titulación Universitaria + 8 Créditos ECTS)

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Curso en Marketing Farmaceutico. Merchandising (Titulación Universitaria + 8 Créditos ECTS)

1. Sobre INESEM
2. Curso en Marketing Farmaceutico. Merchandising (Titulación Universitaria + 8 Créditos ECTS)

Descripción / Para que te prepara / Salidas Laborales / Resumen / A quién va dirigido / Objetivos

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Por qué elegir INESEM?
6. Orientación
7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM

BUSINESS SCHOOL

INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***

Curso en Marketing Farmaceutico. Merchandising (Titulación Universitaria + 8 Créditos ECTS)

DURACIÓN	200
PRECIO	260 €
CRÉDITOS ECTS	8
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:

INESEM BUSINESS SCHOOL

NFC NEBRIJA FORMACIÓN CONTINUA

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Cursos Universitarios

- Titulación Universitaria con 8 créditos ECTS Expedida por la Universidad Antonio de Nebrija como Formación Continua (NFC) (Baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública).

Resumen

Este Curso Superior en Marketing Farmaceutico. Merchandising aporta los conocimientos requeridos para desenvolverse de manera profesional en el entorno del marketing farmacéutico, útil en ésta rama que está en constante cambio y crecimiento ya que se requieren profesionales que conozcan las herramientas existentes para conseguir clientes y fidelizarlos. Este curso le permite especializarse en marketing aplicado a las farmacias y merchandising obteniendo la capacidad de establecer estrategias para mejorar la productividad de cualquier centro farmacéutico.Desde INESEM te lo ponemos fácil con nuestra metodología online y los mejores tutores académicos, los cuales te resolverán cualquier duda o problema.

A quién va dirigido

El Curso Superior en Marketing Farmaceutico. Merchandising está dirigido a farmacéuticos/as interesados en adquirir conocimientos en marketing farmacéutico y merchandising para así poder implantar estrategias y técnicas en farmacias, así como a profesionales del sector que deseen formarse en esta especialidad.

Objetivos

Con el Cursos Universitarios **Curso en Marketing Farmaceutico. Merchandising (Titulación Universitaria + 8 Créditos ECTS)** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Adquirir una visión de conjunto del sector farmacéutico y definir el papel del marketing en el marco competitivo.
- Ser capaz de desarrollar de estrategias para una gestión eficaz y de calidad en este sector.
- Desarrollar los conocimientos y competencias necesarios para diseñar un plan de marketing para cualquier producto/servicio.
- Analizar situaciones, diseñar estrategias y tomar decisiones en Marketing en el ámbito farmacéutico.
- Aprender y aplicar las distintas técnicas de merchandising en farmacias.
- Gestionar eficazmente el lineal y el stock de una farmacia.

¿Y, después?

Para qué te prepara

Este Curso Superior en Marketing Farmaceutico. Merchandising le prepara para desenvolverse de manera profesional en la oficina de farmacia, especializándose en el marketing farmacéutico y merchandising. Aprenderá a desarrollar estrategias de marketing y merchandising en cualquier centro farmacéutico. Sabrá gestionar el stock y optimizar el lineal en el punto de venta, así como implantar técnicas de animación.

Salidas Laborales

Gracias al Curso Superior en Marketing Farmaceutico. Merchandising obtendrás los conocimientos necesarios con lo que podrás dedicar tu carrera profesional como experto en marketing farmacéutico y merchandising, pudiendo trabajar en cualquier farmacia implantando estrategias de marketing y merchandising. Si tienes una farmacia, este curso mejorará la productividad de tu empresa.

¿Por qué elegir INESEM?

El alumno es el protagonista

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.

Innovación y Calidad

Ofrecemos un servicio de orientación profesional y programas de entrenamiento de competencias con el que ayudamos a nuestros alumnos a crear y optimizar su perfil profesional.

02

Empleabilidad y desarrollo profesional

03

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

INESEM Orienta

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.

04

Facilidades Económicas y Financieras

05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.

Módulo 1. **Marketing en farmacia**

Módulo 2. **Merchandising y animación del punto de venta**

PROGRAMA ACADÉMICO

Curso en Marketing Farmaceutico. Merchandising (Titulación Universitaria + 8 Créditos ECTS)

Módulo 1.
Marketing en farmacia

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

Unidad didáctica 8.
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 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 marketing especializado

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

Módulo 2.
Merchandising y animación del punto de venta

Unidad didáctica 1.
El mercado

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

Unidad didáctica 2.
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. Factores de influencia en la conducta del consumidor
8. Modelos del comportamiento del consumidor

Unidad didáctica 3.
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 4.
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 5.
Ventas

1. Introducción
2. Teorías de las ventas
3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas

Unidad didáctica 6.
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 7.
Animación en el punto de venta

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Animación
7. Mobiliario
8. La Circulación de los Clientes
9. Distribución de las secciones
10. La cartelería y señalización

Unidad didáctica 8.
Exterior del punto de venta

1. Introducción
2. La identidad, logo y rótulo
3. Entrada al establecimiento
4. Acciones para tener un comercio actual
5. ¿Dónde establezco el punto de venta?
6. ¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?
7. El escaparate

Unidad didáctica 9.
El lineal

1. Optimización de líneas
2. La implantación del lineal
3. Los diferentes niveles del lineal
4. El valor de las diferentes zonas o niveles
5. Presentación de los productos del lineal

Unidad didáctica 10.
Aspectos generales sobre merchandising

1. Concepto de merchandising
2. Análisis de la promoción en el punto de venta
3. Tipos de promociones en el punto de venta
4. Tipos de periodos para animar el establecimiento
5. Controles en la línea de aspiración

Unidad didáctica 11.
La publicidad en el punto de venta (plv)

1. ¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
2. La publicidad en el lugar de venta (PLV)
3. Objetivos de la publicidad
4. Elementos de venta visual
5. Medios Publicitarios

Unidad didáctica 12.
Gestión de stocks

1. El stock
2. Tipos de stocks
3. Nivel de stock
4. Costes de inventario
5. Control de inventarios
6. Gestión integrada de inventarios

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.

Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El 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.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colabradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Comunidad

Espacio de encuentro que pemite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerecias y experiencias de miles de usuarios.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.

Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.

Cursos Universitarios

Curso en Marketing Farmaceutico. Merchandising (Titulación Universitaria + 8 Créditos ECTS)

Impulsamos tu carrera profesional

INESEM

BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es

958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.