Marketing farmacéutico

Marketing farmacéutico

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2024

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2024

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

La aplicación de las variables de marketing (producto, precio, distribución y comunicación) al sector farmacéutico pone de relieve características específicas en esta industria, sobre todo teniendo en cuenta que se trata de un sector estrechamente vinculado con la salud de las personas. Considerando sus peculiaridades, en esta segunda edición se ha actualizado toda la información relativa al mercado farmacéutico y se recogen los cambios que se han producido en el sector y han afectado a la comercialización de sus productos. Al igual que en la primera edición, se insiste en las variables fundamentales del marketing y la comercialización de los productos farmacéuticos. La investigación y el desarrollo de nuevos productos desempeñan una función importante por el volumen de recursos necesarios para conseguir un producto de éxito, lo que obliga a su análisis en este mercado. Además, esta necesidad de innovación y nuevos desarrollos afecta directamente al precio de los productos, sujeto, por otra parte, a intervención pública por ser una variable vinculada con el gasto farmacéutico, uno de los pilares del Estado de Bienestar. La distribución, otro de los elementos básicos del marketing, también plantea retos interesantes en la industria farmacéutica, tanto en la vertiente más técnica, la distribución física, como desde la óptica estratégica. Finalmente, se analiza la comunicación, que constituye un proceso muy peculiar en el que la prescripción desempeña un papel decisivo, así como la fuerza de ventas.

INDICE:
El sector farmacéutico: Industria y mercado farmacéutico.

Estructura del sector farmacéutico.

Comercialización de productos farmacéuticos: Desarrollo de nuevos productos en la industria farmacéutica. El precio de los productos farmacéuticos. Distribución de productos farmacéuticos. La comunicación en el mercado farmacéutico.

© icaformación2024