

Pruebas Libres para la obtención del título de Técnico de Farmacia y Parafarmacia: Disposición y venta de productos. Ciclo Formativo de Grado Medio: Farmacia y Parafarmacia

Pruebas Libres para la obtención del título de Técnico de Farmacia y Parafarmacia: Disposición y venta de productos. Ciclo Formativo de Grado Medio: Farmacia y Parafarmacia

Duración: horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Titulación:

CONTENIDOS PARA LA PREPARACIÓN DE PRUEBAS LIBRES DEL CICLO DE TÉCNICO EN FARMACIA Y PARAFARMACIA

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.

© icaformación2026

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.



© icaformación2026

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:

Capítulo Introductorio

Capítulo 1. Atención al usuario

1. Elementos de la comunicación

1.1. Elementos de la comunicación

2. Tipos de comunicación

2.1. Métodos y forma de comunicación en situaciones de enfermedad

2.2. Factores que facilitan y obstaculizan la comunicación

3. Dificultades de la comunicación

4. Habilidades personales y sociales que mejoran la comunicación interpersonal

© icaformación2026

4.1. Habilidades sociales para la comunicación

4.2. Empatía y escucha activa

4.3. Actitudes y motivación

5. Técnicas de comunicación

5.1. Técnicas de comunicación oral

5.2. Técnicas de comunicación escrita

6. Fases de atención al usuario

6.1. Atención y servicio

6.2. Los usuarios

Actividades

Capítulo 2. Actividades de venta

1. Tipología de usuarios

1.1. Tipología basada en el aspecto físico

1.2. Tipología según el carácter y actuación frente al vendedor

© icaformación2026

1.3. Tipología según la relación presente o futura del cliente con la empresa

2. Principios del vendedor

2.1. Cualidades relacionadas con la personalidad

2.2. Actitudes y habilidades del vendedor

3. Fases de venta

3.1. Preparación de venta

3.2. Presentación y toma de contacto

3.3. Determinación de necesidades

3.4. Argumentación y tratamiento de objeciones

3.5. El cierre

4. Marketing interno y externo

4.1. Marketing interno

4.2. Marketing externo

5. Proceso de decisión de compra

© icaformación2026

5.1. Roles en la decisión de compra

5.2. Tipos de comportamiento de compra

5.3. Fases del proceso de decisión de compra

6. Plan de acción de la empresa

6.1. Plan de acción general

6.2. Plan de gestión en la Oficina de Farmacia

6.3. Plan Integral de Calidad del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos

7. Normativa y legislación

7.1. Normativa UNE-EN-ISO 9001:2000

7.2. Normativa europea

7.3. Normativa española

Actividades

Capítulo 3. Organización de los productos de parafarmacia

1. Principios del merchandising

2. Conceptos básicos de la implantación de espacios comerciales

© icaformación2026

2.1. Organización del punto de venta orientado al cliente

2.2. Diseño interior del establecimiento comercial

2.3. Diseño exterior del establecimiento comercial

2.4. La implantación de espacios comerciales y el desarrollo virtual

3. «Puntos calientes» y «puntos fríos» en el establecimiento comercial

3.1. Puntos fríos

3.2. Puntos calientes

4. Animación en el punto de venta

5. La publicidad en el lugar de venta

6. La colocación del surtido. Niveles del lineal

6.1. Estructura del surtido

6.2. Gestión del surtido

6.3. Dimensiones del surtido

6.4. El lineal

© icaformación2026

7. Tipos de empaquetado y embalaje

7.1. Tipos de empaquetado

7.2. Funciones del empaquetado

7.3. Envases

7.4. Cierres

7.5. Tipos de embalaje

8. Informe comercial del vendedor

Actividades

Capítulo 4. Atención de reclamaciones

1. Técnicas para afrontar conflictos y reclamaciones

1.1. El conflicto

1.2. Qué hacer ante una queja o reclamación

2. Procedimientos para reclamar. Legislación

2.1. Procedimientos para reclamar

© icaformación2026

2.2. Legislación

3. Indicadores para el control de calidad del establecimiento

3.1. Términos y definiciones

3.2. Indicador de calidad

3.3. Tipos de indicadores

3.4. Ejemplos de indicadores

4. Sistemas de información. Registro manual y automatizado

4.1. Sistemas de información

4.2. Registro manual y automatizado

5. Información que debe ser registrada en el establecimiento

5.1. Ficha farmacoterapéutica

5.2. Tarjeta amarilla

5.3. Procedimientos Normalizados de Trabajo (PNT)

5.4. Manual de calidad

© icaformación2026

5.5. Libro de estupefacientes

5.6. Libro Recetario Oficial

5.7. Registros relacionados con la gestión de la oficina de farmacia

6. Mejora del servicio prestado

6.1. Satisfacción del cliente

6.2. Medición y seguimiento de los procesos

6.3. Medición y seguimiento del producto

6.4. Mejora

Actividades

Bibliografía

Solucionario

© icaformación2026