# **POSTGRADO EN MARKETING DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS**

**OBJETIVOS**

"La industria farmacéutica posee peculiaridades propias, que deben conocer quienes vayan a trabajar en ella. Desde el mismo momento en que se obtiene una licencia o registro para un producto farmacéutico, con su correspondiente patente, se ponen en marcha herramientas de marketing particulares, contempladas en un plan de marketing, que da lugar a las estrategias comerciales de las empresas farmacéuticas. Por otra parte, la especificidad de la producción farmacéutica, a raíz de la correspondiente demanda, vertebra a dichas empresas en diferentes áreas y servicios, cuyo funcionamiento aprenderá el alumno.

Otro punto importante en este sector es la comercialización de los productos farmacéuticos (de prescripción, genéricos, OTC, hospitalarios), cuyo proceso de venta también es muy específico y está cambiando a pasos agigantados en los últimos tiempos, con el auge de las figuras del key account y del gestor, hacia las cuales evolucionan las redes de ventas de los visitadores médicos, con determinadas técnicas de venta, de comunicación y de negociación."

**DIRIGIDO A**

Licenciados en farmacia, química, biología, bioquímica, biotecnología y medicina que deseen incorporarse a la industria farmacéutica en las áreas relacionadas con la industria farmacéutica.

**DURACIÓN**

100 h

**INICIO**

7 de octubre de 2015

**FINAL**

13 de noviembre de 2015

**HORARIO**

De lunes a viernes de 18 a 22 h

**PRECIO**

2.600 €

50% de descuento para personas en situación de desempleo, estudiantes universitarios o de ciclos formativos.

**PROGRAMA**

**GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN EN EL MERCADO FARMACÉUTICO. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN (4 h)**

**EL MERCADO FARMACÉUTICO: ACTORES (24 h)**

* El mercado farmacéutico.
* El plan de marketing.
* Plan de empresa on line.
* La distribución farmacéutica.
* El jefe de producto.
* La visita médica.

**ÁREAS Y SERVICIOS EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA (28 h)**

* El departamento médico.
* La agencia de publicidad.
* Medical marketing.
* Recursos humanos.
* La promoción farmacéutica.
* Farmacoeconomía.

**EL MERCADO FARMACÉUTICO: PRODUCTOS (20 h)**

* Análisis prospectivo del mercado farmacéutico.
* El mercado de productos OTC
* El mercado hospitalario

**MARKETING FARMACÉUTICO ESPECÍFICO (24 h)**

* Marketing internacional.
* Marketing farmacéutico on line.
* Outsourcing.
* Market Access.
* Comunicación y RRPP.
* La investigación de mercados.