



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



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





Elige aprender en la escuela  
líder en formación online

# ÍNDICE

1 | Sobre Inesalud

2 | Alianza

3 | Rankings

4 | Alianzas y acreditaciones

5 | By EDUCA  
EDTECH  
Group

6 | Metodología

7 | Razones por las que elegir Inesalud

8 | Financiación y Becas

9 | Metodos de pago

10 | Programa Formativo

11 | Temario

12 | Contacto

## SOMOS INESALUD

---

**INESALUD** es una **institución educativa online** imprescindible para profesionales sanitarios que ansían conocimiento. Ofrecemos una **plataforma donde adquirir nuevas habilidades y actualizarse sin límites de tiempo o espacio**. Nuestro enfoque más valioso está en la **cercanía entre docentes y alumnos**, creándose así, un vínculo especial que trasciende las barreras virtuales

**Dedicación, vocación y profesionalidad** son atributos que reflejan a la perfección nuestro persistente objetivo por dar respuesta a la dinámica del sector. Proporcionamos a nuestros estudiantes una experiencia educativa comprometida, interactiva y de apoyo para que puedan enfrentarse a los desafíos del campo de la salud y desarrollarse como profesionales competentes y empáticos.

Más de  
**18**  
años de  
experiencia

Más de  
**300k**  
estudiantes  
formados

Hasta un  
**98%**  
tasa  
empleabilidad

Hasta un  
**100%**  
de financiación

Hasta un  
**50%**  
de los estudiantes  
repite

Hasta un  
**25%**  
de estudiantes  
internacionales

[Ver en la web](#)



Suma conocimiento  
para avanzar en salud

## ALIANZA INESALUD Y UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES

---

La colaboración exitosa entre INESALUD y la Universidad Europea Miguel de Cervantes ha sido consolidada con éxito. En este sentido, ambas instituciones optan por una educación innovadora y singular, accesible para todos y adaptada a las necesidades individuales de cada estudiante.

Tanto INESALUD como la Universidad Cervantes Salud respaldan una enseñanza práctica y dinámica, adaptada a las demandas del actual mercado laboral, promoviendo el crecimiento personal y profesional de los estudiantes. Todo esto con el objetivo de contribuir a una transformación social liderada por expertos especializados en diversas áreas de conocimiento.

La democratización de la educación es uno de los principales objetivos de INESALUD y la Universidad Cervantes Salud, comprometiéndose a llevar la educación a todas partes del mundo, haciendo uso de las últimas innovaciones tecnológicas. Además, gracias a un equipo docente altamente cualificado y a plataformas de aprendizaje equipadas con tecnología educativa de vanguardia, se ofrece un seguimiento personalizado durante todo el proceso de formación.



[Ver en la web](#)

## RANKINGS DE INESALUD

---

**INESALUD** es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online.

Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



[Ver en la web](#)

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



**e-CAMPUS**  
UNIVERSITY



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**



**SAN IGNACIO**  
UNIVERSITY  
MIAMI, FL



**UCAM**  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE MURCIA



**UCAV**  
[www.ucavila.es](http://www.ucavila.es)



**udima**  
UNIVERSIDAD A DISTANCIA  
DE MADRID



**Universidad Europea**  
Miguel de Cervantes

## BY EDUCA EDTECH

---

INESALUD es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



Ver en la web



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología EDUCA LXP permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar dónde, cuándo y cómo quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESALUD

---



### 1. CONTENIDO DE CALIDAD

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



### 2. OPOSICIONES

Obtén puntos para la bolsa de trabajo gracias a los cursos de formación sanitaria acreditada baremables para oposiciones o concursos de la Administración Pública dependiendo de la última instancia de las bases de cada convocatoria.



### 3. METODOLOGÍA ONLINE

Apostando claramente por la inmediatez y la adaptabilidad requeridas en este nuevo paradigma educacional.



## 4. CLAUSTRO DE RENOMBRE

Profesores que trabajan en el sector sanitario.



## 5. FLEXIBILIDAD DE ESTUDIO

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



## 6. BECAS Y FINANCIACIÓN

Benefíciate de las mejores becas y de un fácil sistema de financiación.

## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



Ver en la web

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



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
60 ECTS

### Titulación

---

Título Propio de Máster de Formación Permanente en Dirección Comercial y Marketing de Industrias Farmacéuticas expedido por la Universidad Europea Miguel de Cervantes acreditada con 60 Créditos Universitarios

[Ver en la web](#)



## Descripción

La industria farmacéutica siempre ha sido uno de los mercados más potentes en el que existen múltiples salidas laborales. En este Máster en Dirección Comercial y Marketing en Industria Farmacéutica, obtendrás una formación totalmente enfocada en este sector y de gran valor, que te permitirá convertirte en un profesional especializado. A través de una visión integral de la industria farmacéutica, aprenderás las herramientas de marketing más adecuadas para ayudar a las empresas a conseguir una posición competitiva en el mercado. Además, aprenderás a ejecutar un plan de ventas y liderar un equipo comercial. Es el momento de invertir en tu futuro a través de una formación de calidad con un claustro de profesores expertos en la materia y dispuestos a guiarte en todo el proceso de estudio.

## 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.

## Para qué te prepara

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

Ver en la web

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.

## A quién va dirigido

---

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.

## 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...

## TEMARIO

---

### 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
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
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

## Solicita información sin compromiso

¡Matriculome ya!

### Teléfonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

### !Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

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

 [formacion@euroinova.com](mailto:formacion@euroinova.com)

 [www.euroinova.com](http://www.euroinova.com)

### Horario atención al cliente

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

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!

España       
Latino America    
Reública Dominicana  

Ver en la web

 inesalud

 By  
EDUCA EDTECH  
Group