



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 **inesalud**  **UTAMED**

Máster de Formación Permanente en Market Access Farmacéutico + 60 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | **Somos
INESALUD**

2 | **Alianzas**

3 | **Rankings**

4 | **By EDUCA
EDTECH
Group**

5 | **Metodología
LXP**

6 | **Razones
por las que
elegir
INESALUD**

7 | **Financiación
y Becas**

8 | **Métodos de
pago**

9 | **Programa
Formativo**

10 | **Temario**

11 | **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

UTAMED e **INESALUD** unen sus trayectorias para ofrecer formación online de vanguardia en el sector salud.

UTAMED (Universidad Tecnológica Atlántico-Mediterráneo) destaca por su propuesta universitaria flexible, internacional y orientada a la transformación digital. Con un enfoque centrado en competencias reales, apuesta por formar profesionales capaces de desenvolverse con éxito en entornos cambiantes, tanto académicos como laborales.

INESALUD es una institución de referencia en la formación en gestión sanitaria, salud pública, bienestar y promoción de la salud. Su enfoque combina el rigor científico con la aplicación práctica, dirigido a profesionales del ámbito clínico y asistencial.

Gracias a esta alianza, ambas instituciones desarrollan programas conjuntos centrados en áreas clave del área sanitaria. Todo ello, a través de un entorno virtual de aprendizaje que emplea simulación clínica, metodologías activas y recursos digitales interactivos.

Esta unión representa una apuesta clara por la formación en salud desde una perspectiva global, humanista y tecnológica, con una oferta académica diseñada para afrontar los desafíos actuales y futuros del sector sanitario..



[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.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



e-CAMPUS
UNIVERSITY



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



SAN IGNACIO
UNIVERSITY
MIAMI, FL



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA



UCAV
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
OFICIALES

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.



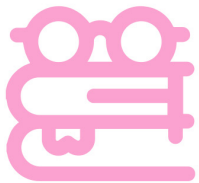
3. METODOLOGÍA ONLINE

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 intereses de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)

Máster de Formación Permanente en Market Access Farmacéutico + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
60 ECTS

Titulación

Titulación de Máster de Formación Permanente en Market Access Farmacéutico con 1500 horas y 60 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



Descripción

En este Master en Market Access Farmacéutico desarrollarás todos los conocimientos necesarios para sumergirte en el novedoso mundo del Market Access. Incrementará sus habilidades negociadoras y sus conocimientos de farmacoeconomía que le ayudará a desenvolverse en el mundo del marketing farmacéutico. Con los conocimientos que adquirirás podrás ocupar posiciones relevantes en los procesos de evaluación de precios o Pricing y podrás gestionar con soltura roles como los del Key Account Manager y el Regional Account Manager. En resumen, te familiarizarás con todo el ciclo del fármaco desde que se produce hasta que llega al circuito sanitario y como afrontar las nuevas tendencias y perspectivas hasta posicionar un fármaco en el mercado.

Objetivos

- Conocer el perfil del profesional del Access Market Farmacéutico
- Familiarizarse con las posiciones relacionadas con el ámbito
- Repasar los económicos relacionados con los medicamentos
- Desarrollar las habilidades negociadoras
- Mejorar el manejo de estrategias de mercado

Para qué te prepara

Este Master en Market Access Farmacéutico va orientado para aquellos profesionales sanitarios que orientan su perfil a la industria farmacéutica o al marketing, también a otros perfiles profesionales no

sanitarios que desean desarrollar una carrera profesional en este campo y quieren ampliar sus conocimientos previos sobre un tema tan novedoso como el Acces Market Farmacéutico

A quién va dirigido

Con este Master en Market Access Farmacéutico podrás ocupar roles tan importantes en el mundo de la industria del medicamento como especialista en Pricing, Key Account Manager y el Regional Account Manager, entre otros. Tendrás la posibilidad de aplicar estrategias negociadoras y de marketing a la industria del medicamento, desarrollando tus habilidades en esta área como enlace perfecto entre industria y mercado sanitario público y privado

Salidas laborales

Las salidas profesionales de este Master en Market Access Farmacéutico son las de especialista en estipulación de precios de medicamentos, como especialista en Pricing, Key Account Manager y el Regional Account Manager. Desarrollarás tu carrera profesional llevando a cabo la gestión, negociación e inmersión de productos farmacéuticos en el mercado.

TEMARIO

MÓDULO 1. MARKET ACCESS FARMACÉUTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMA SANITARIO ESPAÑOL

1. Organización funcional y orgánica de los centros sanitarios
2. Centros sanitarios en el sistema sanitario español
3. Tipos de documentos en el ámbito sanitario
4. Vías de atención sanitaria al paciente
5. Personal sanitario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA DEL SISTEMA SANITARIO ESPAÑOL

1. ¿Qué se entiende por Sistema Sanitario?
2. Modelos de sistemas sanitarios
3. Clasificación de los sistemas sanitarios
4. Sistema Nacional de Salud
5. Niveles de intervención en el Sistema Nacional de Salud
6. Organización funcional y orgánica de los centros sanitarios

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. MODELOS DE SISTEMAS SANITARIOS

1. Mercados de asistencia sanitarios frente a otros mercados
2. Financiación de servicios sanitarios
3. Sistemas sanitarios y aseguramiento
4. Modelos de gestión asistencial
5. La innovación en los modelos de gestión sanitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKET ACCESS Y RELACIONES INSTITUCIONALES

1. Principales características
2. Prestación farmacéutica
3. Comercialización y condiciones de financiación
4. Compra y comercialización de medicamentos
5. Planificación de market access: análisis y estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKET ACCESS SEGÚN MODELOS DE NEGOCIO

1. Mercados de baja y alta prevalencia en Atención Primaria
2. Mercados de baja prevalencia en ámbito hospitalario
3. Nichos de mercado en ámbito hospitalario
4. Otros modelos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PERFIL DEL PROFESIONAL DEL MARKET ACCESS

1. Relaciones Institucionales vs. Access market
2. Farmacoeconomía
3. Precios y reembolso
4. Key Account Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL VALOR DEL PRODUCTO

1. El valor económico del producto
2. Análisis de costes
3. Estudios de Impacto Presupuestario
4. Coste y carga de la enfermedad
5. Evaluaciones económicas
6. El valor clínico del producto
7. Calidad de vida relacionada con la salud (CVRS)
8. La demostración de valor del producto al sistema sanitario

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL DOSSIER DE VALOR NACIONAL

1. Conceptos
2. Contenidos del dossier
3. Adaptación del dossier a las diferentes Comunidades Autónomas
4. Herramientas para incorporar las preferencias de los pacientes

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EARLY MARKET ACCESS

1. Fundamentos
2. Elaboración del market Access landscape
3. Programa de Desarrollo Clínico
4. Escenarios de precios y acceso
5. Payer Value Proposition

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN DEL MARKET ACCESS

1. Gestión en atención primaria
2. Fase de prelanzamiento
3. Gestión de acceso a nivel regional
4. Uso de medicamentos
5. Acceso al mercado de medicamentos hospitalario
6. Gestión y estrategia de farmacia hospitalaria
7. Medicamentos de uso hospitalario
8. Criterios y clasificación de medicamentos
9. Gestión market Access en enfermedades raras
10. Gestión market Access en vacunas

11. Market Access en autocuidado
12. Gestión market Access en tecnologías sanitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 12. GESTIÓN ESTRATÉGICA

1. Objetivos, segmentación y estrategias de acceso
2. KPI's para market Access
3. El rol del paciente dentro del plan de Relaciones Institucionales
4. Gestión del producto en pacientes crónicos
5. Modelos de compra
6. Partners y acuerdos según gestión de pacientes
7. La sociedad científica y el plan de acceso
8. El lobby en España frente a Europa y Estados Unidos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. FINANCIACIÓN Y COMPRA DE MEDICAMENTOS

1. Esquemas de financiación tradicionales frente a nuevos esquemas
2. ARC y tipos de vinculación
3. Utilidad de los ARC
4. Guías de aplicación de ARC
5. Criterios de decisión para la aplicación de esquemas de pago

MÓDULO 2. 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 3. INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN MARKET ACCESS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA INDUSTRIA DE PROCESOS FARMACÉUTICOS

1. Estructura básica de las industrias farmacéuticas y afines Funciones
2. Relaciones funcionales de los departamentos de producción y acondicionado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SISTEMAS Y MÉTODOS DE TRABAJO

1. Métodos de trabajo
2. Estudio y organización del trabajo
3. Elaboración de guías

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LOS KEY OPINION LEADERS (KOL)

1. La comunicación y sus elementos
2. Tipos de comunicación
3. Técnicas de comunicación del MSL con los KOL
4. Búsqueda y reclutamiento de los KOL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN REALIZAR CON LOS KOL

1. Presentar resultados de estudios
2. Realizar reuniones de expertos
3. Sesiones científicas
4. Congresos
5. Reuniones de Ciclo
6. Presentaciones de productos, libros, etc
7. Lanzamiento de productos
8. Cuestionarios con metodología Delphi
9. Concursos
10. Test de formación de productos
11. Sesiones y casos clínicos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FUENTES DE INFORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN

1. Historia y evolución del concepto de fuentes de información

2. Fuentes de información primarias
3. Fuentes de información secundarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. USO RACIONAL DEL MEDICAMENTO

1. Uso racional de los medicamentos
2. Formación e información para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios
3. Uso racional de medicamentos en la atención primaria a la salud
4. Uso racional de medicamentos en la atención hospitalaria y especializada
5. Uso racional de medicamentos en las oficinas de farmacia

MÓDULO 4. MARKETING FARMACÉUTICO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y CONSUMIDORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y 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
4. La investigación cualitativa
5. La investigación cuantitativa

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 DE 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. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus características

2. La psicología; mercado
3. La psicología; consumidor
4. Necesidades
5. Motivaciones
6. Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ENGAGEMENT CON EL CLIENTE Y ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

1. El ciclo de vida del cliente
2. El estudio del comportamiento de compra: ciclo de compra y consumo del cliente
3. El momento de la verdad "zero moment of truth"
4. Estrategias de fidelización de cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN EL MARKETING

1. Definición de comunicación. Los mensajes y sus formas
2. Mensajes y públicos
3. Principios y características del mensaje
4. La imagen corporativa
5. La marca
6. El mix de comunicación
7. Herramientas de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. FARMACOLOGÍA Y MARKETING ESPECIALIZADO

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

MÓDULO 5. MÉTODOS DE RESOLUCIÓN Y NEGOCIACIÓN EFICAZ

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN: EL CONFLICTO Y SUS CAUSAS

1. ¿Qué es un conflicto?

2. Tipos de conflicto
3. Causas del conflicto: causas personales, derivadas de las comunicaciones y estructurales o del entorno
4. Herramientas de diagnóstico
5. Secuencia de un conflicto
6. Comportamientos ante los conflictos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES PERSONALES PARA AFRONTAR CONFLICTOS

1. Habilidades en la resolución de conflictos
2. Habilidades de la personalidad inherentes a la persona
3. Habilidades de comunicación: escucha activa, saber preguntar, comunicación no verbal
4. Entrevistas
5. Persuadir y argumentar

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTILOS DE COMUNICACIÓN

1. Barreras de la comunicación
2. Herramientas para la mejora de la comunicación
3. Premisas de la comunicación
4. Comunicación eficaz

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HABILIDADES SOCIALES

1. Asertividad
2. Toma de decisiones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA NEGOCIACIÓN

1. Usos de la negociación
2. Aspectos a tener en cuenta en la negociación
3. Aspectos clave de la negociación
4. Cuándo podemos utilizar la negociación
5. Tipos de negociación
6. Variables en la negociación
7. Puntos clave en la negociación
8. Métodos de negociación
9. Estilos de negociación
10. Condiciones para la negociación
11. Tácticas de negociación
12. Tácticas de presión

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA NEGOCIACIÓN EFICAZ

1. Mejorar la eficacia
2. Negociación de principios
3. Factores en los que se apoya

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIADOR EFICAZ

1. Factores intervinientes
2. Normas para negociar con éxito
3. Negociación con personas difíciles

MÓDULO 6. DIRECTOR DE LABORATORIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL LABORATORIO DE ANÁLISIS CLÍNICO

1. Características generales del laboratorio de análisis clínicos
2. Funciones del personal de laboratorio
3. Seguridad y prevención de riesgos en el laboratorio de análisis clínicos
4. Eliminación de residuos
5. Control de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN DE MATERIALES, EQUIPOS BÁSICOS Y REACTIVOS

1. Materiales de laboratorio
2. Instrumentos y aparatos del laboratorio de análisis
3. Material volumétrico
4. Equipos automáticos
5. Reactivos químicos y biológicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMAS DE HIGIENE EN EL LABORATORIO CLÍNICO, LIMPIEZA, DESINFECCIÓN, ESTERILIZACIÓN Y CONSERVACIÓN DEL MATERIAL

1. Normas básicas de higiene en el laboratorio
2. Limpieza del material e instrumental clínico
3. Desinfección del material e instrumental clínico. Tipos de desinfectantes
4. Esterilización del material e instrumental clínico
5. Conservación y mantenimiento de equipos
6. Normas de orden y mantenimiento en el laboratorio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL LABORATORIO

1. Calidad en el laboratorio clínico o biomédico
2. La trazabilidad fundamento de calidad
3. Diferencia entre certificación y acreditación de laboratorios
4. Entidad Nacional de Acreditación (ENAC)
5. Ventajas de la acreditación de los laboratorios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL DIRECTOR

1. El director de laboratorio
2. Habilidades sociales y personales
3. Habilidades para la gestión de conflictos
4. Inteligencia emocional en las organizaciones
5. Principios de coaching ejecutivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los recursos humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación Interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación Externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CONFLICTO LABORAL

1. Naturaleza del conflicto
2. Procedimiento administrativo de solución de conflictos colectivos
3. Procedimientos extrajudiciales de solución de conflictos colectivos
4. Procedimiento judicial de solución de conflictos colectivos
5. Ordenación de los procedimientos de presión colectiva o conflictos colectivos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. RIESGOS FÍSICOS. RIESGOS QUÍMICOS. RIESGOS BIOLÓGICOS. RIESGOS PSÍQUICOS Y SOCIALES

1. Introducción
2. Riesgos físicos
3. Riesgos químicos
4. Riesgos biológicos
5. Riesgos psíquicos y sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLANIFICACIÓN DE LA ACCIÓN PREVENTIVA

1. Identificación de peligros e identificación de riesgos asociados. Clasificación de los riesgos: higiénicos, de seguridad y ergonómicos
2. Análisis de riesgos. Determinación de la evitabilidad del riesgo
3. Evaluación de riesgos no evitables: Determinación de la tolerabilidad de los riesgos. Requisitos legales aplicables
4. Planificación de las acciones de eliminación de los riesgos evitables
5. Planificación de acciones de reducción y control de riesgos
6. Planificación de acciones de protección (colectiva e individual)
7. Plan de emergencias: Identificación de los escenarios de emergencia, organización del abordaje de la emergencia, organización de la evacuación, organización de los primeros auxilios

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PREVENCIÓN DE RIESGOS AMBIENTALES EN EL LABORATORIO

1. Residuos de laboratorio
2. Técnicas de eliminación de muestras como residuos
3. Control de dispositivos de seguimiento y de medición

MÓDULO 7. PROYECTO FIN DE MASTER

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

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@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

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

Ver en la web

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



