Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/farmacia/master/master-mba-direccion-gestion-oficina-farmacia**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Dirección de curso — pág. 18

05 Estructura y contenido — pág. 22

06 Metodología — pág. 28

07 Titulación — pág. 36

01

Presentación

Desde siempre, la atención del farmacéutico ha sido uno de los pilares de soporte para la población general. Actualmente, esa relevancia ha tomado un lugar más protagónico, lo que requiere del profesional una capacitación o un reciclaje más profundo y completo. Este programa científico ofrece a los profesionales de Farmacia, las herramientas de dirección y gestión necesarias para desarrollar la actividad con la solvencia necesaria en los terrenos más prácticos que pueden determinar la fortaleza en el mercado de una Oficina de Farmacia.





Los más amplios conocimientos del MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia recopilados para ti en una capacitación de la más alta calidad”

Este MBA surge como respuesta a una necesidad importante de actualización y crecimiento en el ámbito de Farmacia. En la actualidad, este requerimiento responde, entre otras cosas, al incremento de la importancia asistencias que la Oficina de Farmacia está consiguiendo en los últimos tiempos. Esta situación hace que las necesidades de especialización de los profesionales de Farmacia hayan crecido.

El conocimiento del profesional no debe ya limitarse al dominio de la Farmacología y los saberes del farmacéutico en cuanto a sanitario, sino que requieren de competencias que le posicionen en el panorama empresarial de manera estable y competitiva.

A través de un método de estudio de eficiencia contrastada podrás adquirir competencias en las áreas de dirección y gestión, y en las áreas de desarrollo empresarial imprescindibles.

Este **MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Las características son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos
- Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo, fijo o portátil, con conexión a internet

Este MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia te ayudará a mantenerte actualizado para prestar una atención completa y de calidad”

Este MBA es la mejor inversión que puedes hacer en la selección de un programa científico de actualización por dos motivos: además de poner al día tus conocimientos podrás impulsar cualquier Oficina de Farmacia hacia el éxito"

Aumenta tu seguridad en la toma de decisiones actualizando tus conocimientos a través de este MBA.

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia y aplicarla a tu práctica diaria.

Incluye en su cuadro docente a profesionales expertos que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa científico se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el farmacéutico deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen para el programa científico. Para ello, el especialista contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo del MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia y con gran experiencia.



02

Objetivos

El objetivo de este completísimo programa científico es acompañar e impulsar a los estudiantes en un proceso de crecimiento profesional que les permitirá alcanzar otro nivel de actuación. Con los conocimientos más interesantes y actualizados del momento en una capacitación centrada de manera intensiva en la práctica.





Una actualización completa y eficiente en Dirección y Gestión en Oficina de Farmacia que te impulsará a otro nivel de intervención"

Objetivos generales

- Adquirir los conocimientos y técnicas imprescindibles para la asunción y organización de las responsabilidades organizativas de una Oficina de Farmacia
- Aprender sobre gestión responsable
- Saber cómo llevar el área financiera de la Farmacia
- Saber cómo gestionar todos los aspectos de los RR.HH.
- Aprender sobre el Cliente/Paciente en todos sus aspectos
- Analizar los procesos de compra y las maneras más eficientes de logística
- Saber llevar todos los aspectos de los RR.HH.
- Analizar los procesos de Marketing
- Estudiar la gestión de ventas
- Aprender sobre comunicación externa e interna
- Aprender sobre gestión de servicios en la Oficina de Farmacia
- Conocer todo lo necesario sobre control de calidad, normas y certificaciones

Objetivos realistas que se convertirán en avances en tu trabajo de manera inmediata"





Objetivos específicos

Módulo 1. La gestión responsable de la Oficina de Farmacia

- Aprender sobre el papel de la Farmacia comunitaria
- Estudiar técnicas de promoción de la salud desde la Farmacia comunitaria
- Aprender cómo implantar las buenas prácticas en la Farmacia comunitaria
- Aprender sobre la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios
- Conocer sobre el secreto profesional
- Analizar la responsabilidad social corporativa aplicada a la Oficina de Farmacia
- Aprender la organización de la Oficina de Farmacia

Módulo 2. Gestión económica-financiera de la Oficina de Farmacia

- Analizar los fundamentos de la administración de la Farmacia
- Aprender a usar los ratios financieros y económicos en la Farmacia
- Saber cómo realizar una gestión de inventarios

Módulo 3. Dirección y gestión de los RR.HH. en la Oficina de Farmacia

- Aprender los modelos de organizaciones
- Saber cómo realizar una selección y entrevista de personal
- Conocer sobre interdependencias y liderazgo
- Estudiar sobre los modelos de gestión
- Estudiar sobre RR.HH. en Farmacia
- Aprender sobre prevención de riesgos laborales
- Aprender sobre organización y comunicación interna

Módulo 4. Optimización de los procesos de compra y logística de la Oficina de Farmacia

- Conocer los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento
- Aprender cómo gestionar los proveedores y todos los procesos previos y posteriores a la compra de productos
- Aprender cómo se gestiona el stock
- Saber las maneras de promoción y lanzamiento de novedades

Módulo 5. La gestión del Cliente/Paciente

- Analizar la comunicación con el Cliente/Paciente
- Reconocer la segmentación de clientes
- Aprender sobre psicología del consumidor
- Saber cómo realizar programas de fidelización de clientes

Módulo 6. Marketing farmacéutico

- Estudiar los fundamentos de Marketing farmacéutico y relacional
- Aprender sobre la Investigación de mercados en la Oficina de Farmacia
- Estudiar sobre *Merchandising* farmacéutico, publicidad y promoción
- Saber cuáles son los procesos de digitalización de la Farmacia, Marketing estratégico y micromarketing

Módulo 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

- Profundizar en la Psicología aplicada a las técnicas de venta
- Conocer cómo funciona el ciclo de ventas
- Saber realizar una previsión de ventas
- Entender las diferentes políticas de fijación de precio
- Ahondar en las diferentes tipologías de productos
- Conocer las técnicas para la rentabilización de los productos





- Abordar los diferentes tipos de compras y clientes
- Conocer los fundamentos de la venta cruzada y venta aumentada
- Saber actuar ante situaciones comprometidas
- Conocer los fundamentos del *digital e-commerce Management*

Módulo 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

- Aprender lo relativo a comunicación interna y gestión de conflictos
- Ver las formas de comunicación con el cliente
- Conocer la importancia de la imagen de la Oficina de Farmacia
- Estudiar los soportes técnicos de comunicación
- Incorporar estrategias para actuar en las redes sociales
- Aprender sobre Marketing digital para captar y fidelizar clientes

Módulo 9. Gestión de los servicios profesionales de la Oficina de Farmacia

- Analizar qué servicios se pueden desarrollar en la Farmacia
- Estudiar cómo realizar la selección e implementación de servicios y qué requerimientos tienen

Módulo 10. Gestión de la Calidad en la Oficina de Farmacia

- Conocer las certificaciones de calidad de la Oficina de Farmacia
- Aprender cómo realizar una Gestión Estratégica y de Calidad Total (TQM)
- Saber cuáles son los puntos de control e indicadores de mejora
- Identificar los nichos estratégicos y ventajas competitivas

03

Competencias

Este programa cientifico se ha diseñado para conseguir, de manera específica, que los alumnos terminen la especialización con la capacidad real de aplicar los conocimientos adquiridos. Estas nuevas competencias les llevarán hacia una capacidad de trabajo mucho mayor y darán a sus CV un nuevo valor de competitividad, imprescindible en el mercado laboral actual.





Incorpora a tu capacitación las competencias necesarias para trabajar en el ámbito de la dirección y gestión de la Oficina de Farmacia con seguridad y conocimiento de los requerimientos actuales del sector”

Competencias generales

- Liderar y dirigir proyectos de menor o mayor intensidad y complejidad en el área de Oficina de Farmacia
- Gestionar de manera fluida todos los aspectos que intervienen en una Oficina de Farmacia
- Dirigir con acierto todas las áreas en las que esta acción se realiza

Aumenta tus competencias gracias a nuestra capacitación de altísima calidad y da un impulso a tu carrera"





Competencias específicas

- Actuar con capacidad de análisis y diagnóstico de problemas
- Dominar herramientas de gestión empresarial avanzada
- Dotar de una visión global y estratégica todas las áreas operativas de la empresa
- Realizar la gestión económica y financiera
- Administrar los RR.HH.
- Optimizar la intendencia y la logística
- Gestionar la relación con el paciente/cliente
- Manejar las técnicas de venta más novedosas
- Establecer estrategias de comunicación
- Diseñar e implementar servicios para ofrecer desde la Oficina de Farmacia
- Implementar un sistema de gestión de calidad
- Asumir responsabilidades y pensar de forma transversal e integradora para analizar y resolver situaciones en entornos de incertidumbre

04

Dirección del curso

Este programa científico es la oportunidad para aprender de los mejores, con un cuadro docente de profesionales del sector que invertirán sus conocimientos teóricos y prácticos para llevar a los estudiantes hasta la mayor capacitación con los métodos de enseñanza más actuales y efectivos del mercado docente online.





Una oportunidad inigualable para aprender y crecer profesionalmente de la mano de los mejores especialistas de esta área”

Dirección



Dña. Aunión Lavarías, María Eugenia

- Licenciada en Farmacia. Universidad de Valencia
- Licenciada en Ciencia y Tecnología de los Alimentos. Universidad de Valencia
- Autoría Gestión Dietética del Sobrepeso en la Oficina de Farmacia. Ed. Médica Panamericana
- Dirección del Curso Universitario "Gestión del Sobrepeso en Oficina de Farmacia" Universidad de Barcelona. IL3 Instituto de Formación Continuada
- Dirección del Curso Universitario "Dermocosmética en la Oficina de Farmacia"
- Universidad de Barcelona. IL3 Instituto de Formación Continuada



05

Estructura y contenido

El temario de este programa es un comprendido de conocimientos creado para dar al farmacéutico la oportunidad de ponerse al día o incorporar los conocimientos más avanzados en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia del panorama actual. Lleno de temas versátiles, la estructura de este programa pretenden ser un conglomerado de aspectos rigurosos que servirán al farmacéutico a identificar los principales pilares y correcto modus operandi para la dirección de una oficina farmacéutica.





Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje eficaz y rápido, compatible con tu vida personal y profesional"

Módulo 1. La gestión responsable de la Oficina de Farmacia

1.1. El papel de la Farmacia comunitaria. Ámbito de actuación del farmacéutico comunitario Misión de la organización
1.2. Análisis del entorno de la Farmacia comunitaria
1.3. La promoción de la salud desde la Farmacia Comunitaria
1.4. Implantación de las buenas prácticas en la Farmacia Comunitaria
1.5. Uso racional de medicamentos en las oficinas de Farmacia
1.6. Formación e información para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios
1.7. El secreto profesional. Fundamento moral del secreto farmacéutico y secreto profesional
1.8. Concepto y funciones de los códigos deontológicos. Ejercicio responsable de las competencias profesionales. Competencia desleal
1.9. Responsabilidad social corporativa aplicada a la Oficina de Farmacia. Respeto al medio ambiente y gestión de residuos
1.10. Organización de la Oficina de Farmacia

Módulo 2. Gestión económica-financiera de la Oficina de Farmacia

2.1. Fundamentos de la administración de la Farmacia
2.2. Procesos administrativos en la Farmacia
2.3. Análisis de ratios financieros y económicos en la Farmacia
2.4. Gestión de inventarios





Módulo 3. Dirección y gestión de los RR.HH. en la Oficina de Farmacia

3.1. Modelos de organizaciones. Estructura y organigramas
3.2. El equipo como motor. Perfil del titular y colaboradores
3.3. Selección y entrevista de personal
3.4. Familiares en la Farmacia
3.5. Definición de la misión. Grupos de interés o *Stakeholders*
3.6. Interdependencias y el liderazgo
3.7. Modelo de gestión y desarrollo de personas por identificación con la misión
3.8. Motivación: formación y desarrollo profesional, retribución
3.9. Prevención de riesgos laborales
3.10. Organización y comunicación interna

Módulo 4. Optimización de los procesos de compra y logística de la Oficina de Farmacia

4.1. Los operadores logísticos y sus modelos de aprovisionamiento
4.2. La compra
4.3. Gestión y negociación de proveedores
4.4. La cadena de distribución
4.5. El surtido de productos
4.6. La gestión del surtido
4.7. Gestión de compras
4.8. Gestión del stock
4.9. Los productos
4.10. Promoción y lanzamiento de novedades

Módulo 5. La gestión del Cliente/Paciente

5.1. La Farmacia como un espacio para la gestión de la salud
5.2. La comunicación para el abordaje del binomio cliente-paciente
5.3. Segmentación de clientes
5.4. Psicología y comportamiento del consumidor
5.5. Responsabilidad profesional, motor de la gestión
5.6. Cliente habitual y nuevo cliente
5.7. Programas de fidelización de clientes
5.8. Atención al cliente

Módulo 6. Marketing Farmacéutico

6.1. Fundamentos de Marketing
6.2. El Marketing farmacéutico y relacional
6.3. Mercados. Posicionamiento
6.4. Investigación de mercados en la Oficina de Farmacia
6.5. *Merchandising* Farmacéutico: ofertas y comunicación
6.6. Publicidad y Promoción
6.7. Digitalización de la Farmacia: del 1.0 al 3.0
6.8. Marketing estratégico
6.9. Micromarketing

Módulo 7. Ventas en la Oficina de Farmacia

7.1. Psicología y técnicas de venta
7.2. Ciclo de ventas
7.3. Previsión de ventas
7.4. Políticas de fijación de precio
7.5. Tipologías de productos
7.6. Orientación a la rentabilidad de los productos
7.7. Tipologías de compras y clientes
7.8. Venta cruzada y venta aumentada
7.9. Situaciones comprometidas
7.10. *Digital e-commerce Management*





Módulo 8. Comunicación en la Oficina de Farmacia

8.1. Concepto y valor de la comunicación interna
8.2. Comunicación con empleados
8.3. Gestión de conflictos
8.4. Liderazgo y gestión de equipos
8.5. Comunicación con el cliente
8.6. La imagen de la Oficina de Farmacia
8.7. Soportes técnicos de comunicación
8.8. Estrategias para actuar en las redes sociales
8.9. Marketing digital para captar y fidelizar clientes

Módulo 9. Gestión de los servicios profesionales de la Oficina de Farmacia

9.1. Servicios que se pueden desarrollar en la Farmacia
9.2. Selección e implementación de servicios
9.3. Requerimientos para el desarrollo de los servicios
9.4. Oferta y seguimiento de los servicios
9.5. Gestión económica de los servicios

Módulo 10. Gestión de la calidad en la Oficina de Farmacia

10.1. La calidad
10.2. Certificaciones de calidad de la Oficina de Farmacia
10.3. Gestión Estratégica y de Calidad Total (TQM)
10.4. Puntos de control e indicadores de mejora
10.5. Identificación de nichos estratégicos y ventajas competitivas
10.6. Cuadro de mandos

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberá investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los farmacéuticos aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo.



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional del farmacéutico.

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los farmacéuticos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



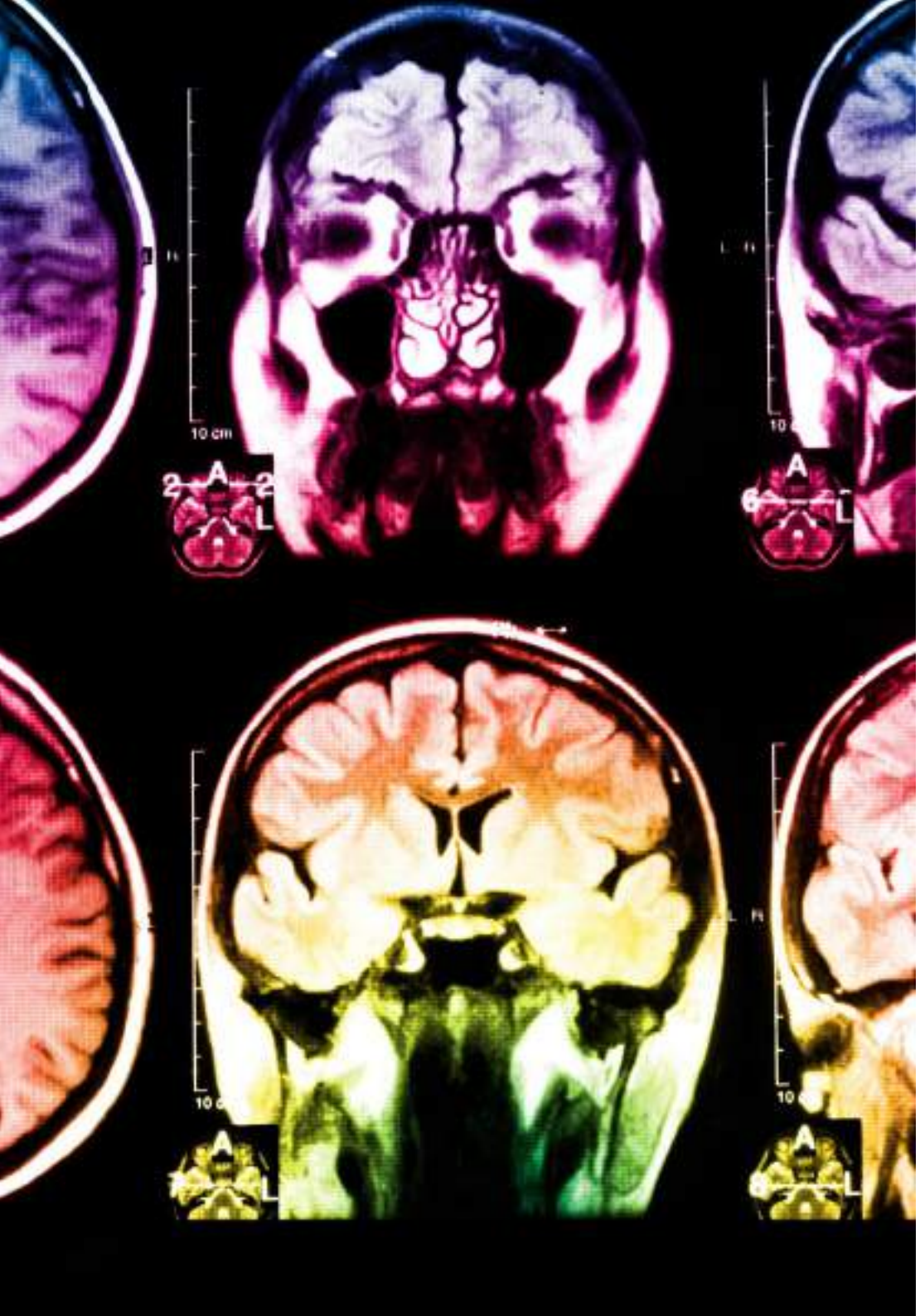
Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

El farmacéutico aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de software de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.





Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología, se han capacitado más de 115.000 farmacéuticos con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Esta metodología pedagógica está desarrollada en un entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene el sistema de aprendizaje de TECH es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los farmacéuticos especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Técnicas y procedimientos en vídeo

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, a los últimos avances educativos, al primer plano de la actualidad en procedimientos de atención farmacéutica. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión. Y lo mejor, puedes verlos las veces que quieras.

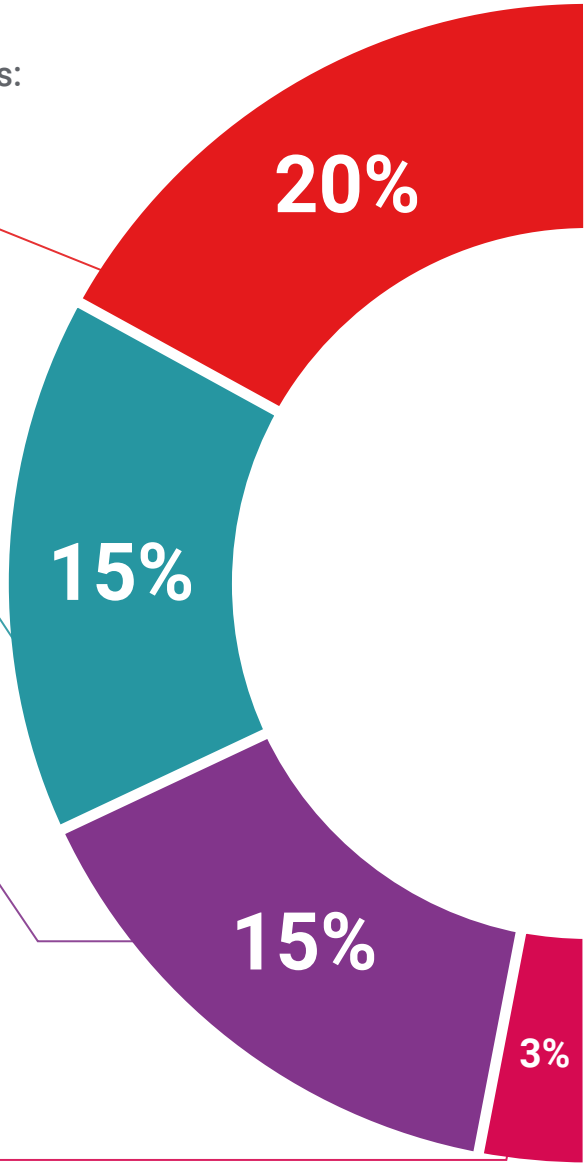
Resúmenes interactivos

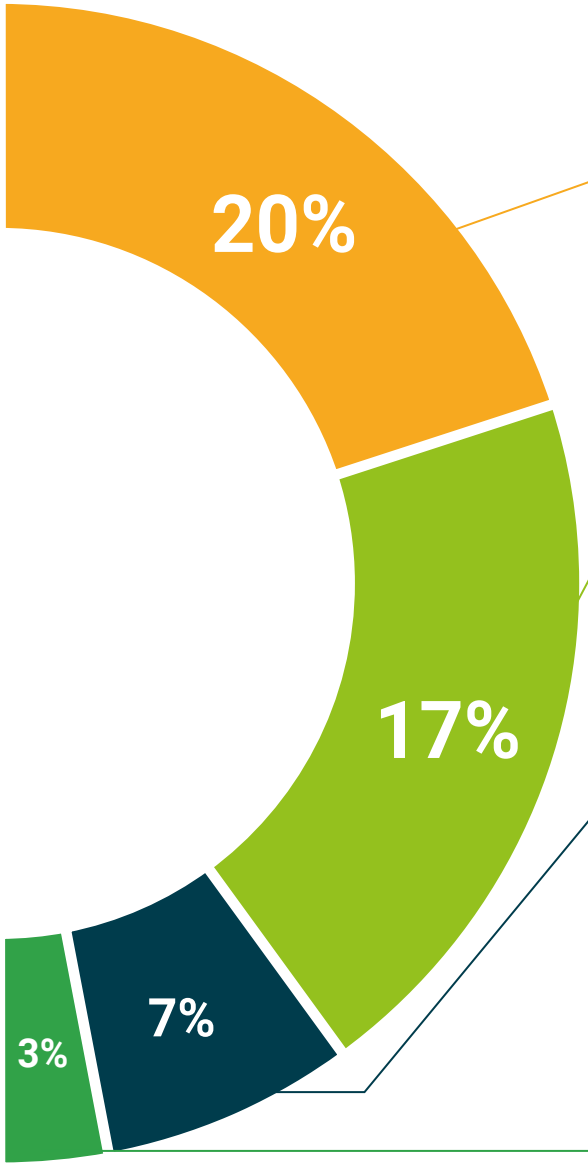
El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema educativo exclusivo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto te guiará a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

07

Titulación

El MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

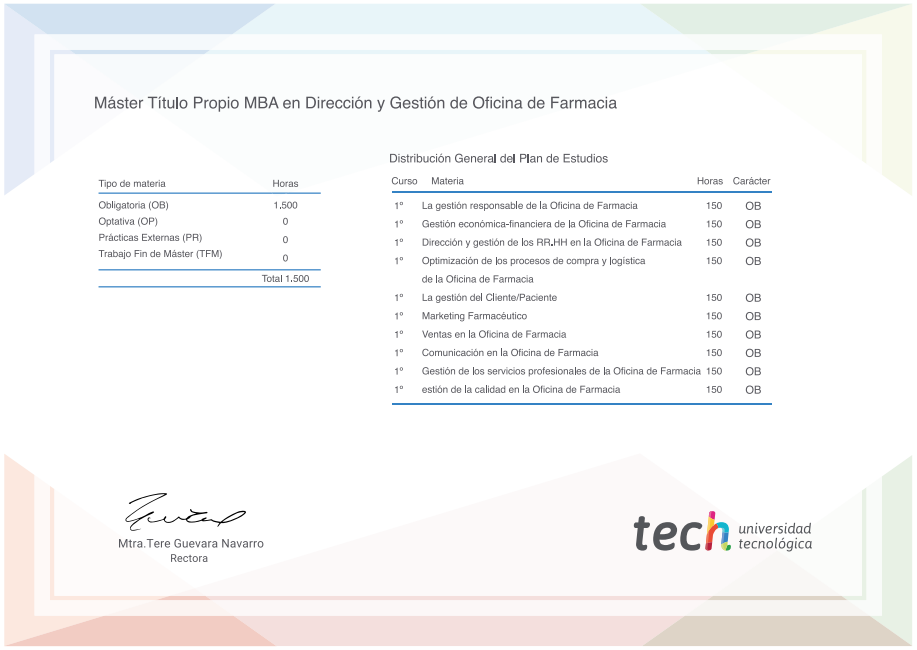
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1,500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1,500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	La gestión responsable de la Oficina de Farmacia	150	OB
1º	Gestión económica-financiera de la Oficina de Farmacia	150	OB
1º	Dirección y gestión de los RR.HH en la Oficina de Farmacia	150	OB
1º	Optimización de los procesos de compra y logística de la Oficina de Farmacia	150	OB
1º	La gestión del Cliente/Paciente	150	OB
1º	Marketing Farmacéutico	150	OB
1º	Ventas en la Oficina de Farmacia	150	OB
1º	Comunicación en la Oficina de Farmacia	150	OB
1º	Gestión de los servicios profesionales de la Oficina de Farmacia	150	OB
1º	estión de la calidad en la Oficina de Farmacia	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Dirección y Gestión de Oficina de Farmacia



tech universidad tecnológica