

TEMARIO DE CURSO

- **MARKETING FARMACÉUTICO EN EL ESCENARIO ACTUAL**



- **CÓDIGO SENCE: 1237956831**

- **CÓDIGO INTERNO: IF-SE026**

OBJETIVO(S) DEL CURSO:

En este curso revisaremos los puntos más críticos en promoción y publicidad de medicamentos, analizaremos la cadena de valor, estudiaremos algunas experiencias seguidas en otras latitudes y estudiaremos el posible impacto de las modificaciones que tendrían las normativas que se están discutiendo en la actualidad y que impactarán de una u otra forma al mundo farmacéutico (ley del lobby, ley de fármacos 2.0, ley de libre competencia, TPP, etc).

I MÓDULO “DEFINICIÓN DE TECNOLOGÍA FARMACÉUTICA”

1. El mercado farmacéutico en el siglo XXI: Fuerzas en colisión
2. Investigación de mercado: formas tradicionales y algunas novedosas
3. Planes de fidelización de pacientes
4. Segmentación y targeting
5. Capacitación de fuerza de ventas, más allá de la entrega de muestras médicas

II MÓDULO “ESCENARIO ACTUAL”

1. Bioequivalencia y sustitución de medicamentos
2. ¿Generización de mercados o mejoría en el acceso a medicamentos?
3. Ética y confluencia de intereses
4. Generación de material promocional acorde a la nueva normativa
5. Propuestas de la nueva ley de fármacos, posibles escenarios y lo que ha pasado en otros países.

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

La metodología será a través de clases presenciales, con la entrega de material que será analizado en la clase posterior. Se realizarán dos talleres grupales con exposiciones de trabajos.

Evaluación: Se realizarán dos evaluaciones, una al finalizar la cuarta clase y otra al finalizar el curso, ambas serán de alternativas.

DURACIÓN

- 20 Horas Cronológicas
- 27 Horas Pedagógicas

