



ISEIE

ISEIE INNOVATION SCHOOL

► BROCHURE 2025

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS FARMACÉUTICAS



www.iseie.com

ÍNDICE DEL MÁSTER

03	INTRODUCCIÓN
04	NOSOTROS
05	NUESTRA MISIÓN
06	NUESTRA VISIÓN
07	NUESTROS VALORES
08	NUESTROS BENEFICIOS
09	¿PORQUE ESCOGERNOS?
10	METODOLOGÍA RELEARNING
11	METODOLOGÍA
12	LAS CLASES
13	TRABAJO FINAL DEL MÁSTER
14	10 VENTAJAS DE LAS CLASES ONLINE
16	SOLICITUD DE ADMISIÓN
20	MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS FARMACÉUTICAS
22	OBJETIVOS Y PROPOSITOS DEL MÁSTER
23	CONTENIDO DEL MASTER
26	UBICACIÓN Y CONTACTO



INTRODUCCIÓN

Somos una institución dedicada a la enseñanza y pionera en innovación pedagógica, que ofrece una formación integral y personalizada con experiencia internacional que responde a las necesidades de los perfiles profesionales actuales y futuros. Situamos la empleabilidad de los estudiantes en el centro de nuestro riguroso sistema educativo, por eso creamos perfiles profesionales que respondan a la necesidad de dar respuesta al reto que plantea la globalización, consiguiendo así un carácter tecnológico e internacional.



NOSOTROS



Nuestro equipo ha sido capacitado para producir profesionales responsables que sean capaces de contribuir al éxito de las organizaciones públicas o privadas. Además, ISEIE ofrece cursos de posgrado y educación continua de calidad internacional, de acuerdo con una filosofía de enseñanza que coloca al estudiante en el centro del proceso de aprendizaje.



Somos una institución dedicada a la enseñanza y pionera en innovación pedagógica, que ofrece una formación integral con experiencia internacional que responde a las necesidades de los perfiles profesionales actuales, presentes y futuros.



NUESTRA MISIÓN

En ISEIE, nos esforzamos por ser líderes en la educación en línea, promoviendo la formación integral de nuestros estudiantes y contribuyendo al avance del conocimiento en el campo educativo.

Nuestra misión es guiar, inspirar y apoyar a cada estudiante en su viaje educativo, preparándolos para convertirse en agentes de cambio en un mundo cada vez más dinámico y globalizado.



**TENER LA MEJOR
EDUCACIÓN**



**CREAR LOS MEJORES
PROFESIONALES**



ISEIE INNOVATION SCHOOL



NUESTRA VISIÓN

Proporcionar formación a todo aquel que quiera, proporcionando una educación adaptable a todos los perfiles, eficaz, rigurosa y sensible a las necesidades específicas de su contexto educativo.



AUTONOMÍA

Al reconocer a nuestra institución de educación superior como una universidad, ahora contamos con las capacidades financieras, organizacionales y administrativas que nos permiten alcanzar nuestras metas a corto y largo plazo de la manera más eficiente posible.



EQUIDAD

Garantizamos la igualdad de oportunidades y condiciones, luchamos por la desigualdad de género y cualquier otro tipo de desigualdad sin discriminación por origen, clase social, género, raza, etnia, orientación sexual, diversidad profesional. Por eso llevamos arena a los futuros profesionales a través del ISEIE que saber transmitir estos valores a sus seres queridos.

NUESTROS VALORES

A

Superación Continua: Promueve el crecimiento y desarrollo constante de todos los miembros de su comunidad, trascendiendo la mera adquisición de conocimiento para alcanzar nuevas metas.

B

Comunidad Inclusiva: Fomenta un ambiente donde la diversidad moral y las diferencias son valoradas e integradas, enriqueciendo la experiencia educativa y fortaleciendo los lazos entre todos.

C

Integridad y Aplicación del Conocimiento: Destaca que la investigación y la generación de conocimiento deben ir de la mano con la ética y la aplicación práctica, transformando el aprendizaje en una herramienta para el progreso y la mejora.



NUESTROS BENEFICIOS



DESARROLLA TU CAPITAL INTELECTUAL

La transición de carrera que experimenta un gerente tiene un impacto directo en la organización, proporcionando a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que conducen a cambios relevantes y contribuyen a aumentar la competitividad de la empresa.



CAPACITE Y RETENGA A SU GERENTE DE ALTO POTENCIAL

El programa fortalece el vínculo entre la empresa y los principales gerentes potenciales, evitando la fuga de cerebros.



DESARROLLO CONTINUO DE HABILIDADES

Se fomenta el desarrollo de las habilidades directivas de los participantes, con especial foco en el liderazgo de equipos multifuncionales.

¿POR QUÉ ESCOGERNOS?

01

Buscamos la innovación desde la dimensión objetiva, procurando que nuestros programas posean métodos o servicios hasta ahora desconocidos y sin precedentes hasta el momento.



02

Contamos con un equipo bien entrenado y capacitado para identificar los riesgos y oportunidades que permiten la mejora continua de nuestros participantes, dando importancia al desarrollo de programas de formación con calidad, sustentado en la presencia de la innovación dentro de la cultura organizacional.



03

Ofrecemos experiencia
Por la diversidad de contenidos de los diversos módulos en que se estructura nuestros programas disponemos de un amplio panel de docentes y colaboradores que provienen de diferentes disciplinas.



04

Potenciamos el aprendizaje autónomo de nuestros estudiantes, mediante el empleo de herramientas tecnológicas diversas, la posibilidad de que nuestros participantes administren su tiempo y puedan aprender a su propio ritmo y no traten de asimilar todo a la vez.



METODOLOGÍA RELEARNING

- A** Fomentamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza en línea: Re-Learning. Este programa ofrece los materiales educativos mejor preparados para profesionales.
- B** Se adapta a su horario y objetivos profesionales, siendo completamente flexible y acorde a sus necesidades. Dando la oportunidad de elegir el programa que mejor se adapte a disponibilidad de cada estudiante.
- C** Generalmente los cursos terminan en 12 meses, luego de ese tiempo se debe presentar el trabajo final de máster.
- D** Los programas ofrecen un modelo educativo innovador que garantiza ingresos inmediatos y un impacto significativo en el desarrollo de habilidades y crecimiento profesional.
- E** Materiales de estudio todo el contenido educativo es creado especialmente para el curso por expertos en el área, diseñado para que el desarrollo educativo sea verdaderamente palpable.



METODOLOGÍA



TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS EN VIDEO

Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión del estudiante. Y lo mejor de todo, pudiéndolo ver las veces que quiera.



RESÚMENES INTERACTIVOS

El contenido se presenta de forma atractiva y dinámica en archivos multimedia que incluyen audio, video, imágenes.



COMPROBAR Y VOLVER A COMPROBAR

Mediante actividades evaluativas, los alumnos comprueban en qué medida están consiguiendo sus objetivos.



APRENDIZAJE EFICAZ



APRENDIZAJE EXPERIENCIAL

LAS CLASES



EJERCICIOS PRÁCTICOS

Se debe hacer un análisis situacional. De esta manera las evaluaciones no son memorísticas si no que evalúan sus habilidades analíticas en cada paso del programa.



TUTOR

El curso tiene un profesor designado con el cual podrás interactuar a través del chat asincrónico. Tiene acceso las 24 horas del día, en cualquier lugar donde tenga acceso a una computadora y una conexión a Internet.



RECURSOS Y MATERIALES

Tienes a tu disposición una amplia gama de servicios, iniciativas y actividades que aportan valor a tu crecimiento académico, profesional y personal. Estos son multimedia (audio, visual y texto).

Es una institución dedicada a impartir formaciones a nivel internacional con la calidad y excelencia que llevará a cada uno de nuestros alumnos a desempeñarse laboralmente de manera exitosa



TRABAJO FINAL DEL MÁSTER

A

Una vez que haya completado con éxito todos los módulos y sus actividades evaluativas, te concentrarás en desarrollar y escribir tu trabajo de fin de máster.

B

El propósito del trabajo de fin de máster te permitirá demostrar que puede hacer una contribución original a los conocimientos y prácticas en el campo empresarial o en la gestión empresarial profesional.



10 VENTAJAS DE LAS CLASES ONLINE

1

Millones de oportunidades: la gama de programas que puedes elegir en la web es muy amplia.

2

Becas especiales: muchos institutos en línea otorgan becas a profesionales destacados para promover el desarrollo de profesionales en diversos campos.

3

Ahorrar tiempo: los cursos a distancia, no presenciales, te ahorrarán tiempo en un curso tradicional. Este método le permite tomarse su tiempo. Conseguirás una mejor calidad de vida, dedicarás más tiempo a las actividades que desees y disfrutarás más.

4

Gestión del tiempo: al elegir un programa de aprendizaje a distancia en línea, puede decidir cuándo estudiar en función de sus intereses y actividades. Lo ideal es que establezcas una rutina para equilibrar con éxito el trabajo y las clases online.

5

Flexible: todos los estudios presenciales requieren que los estudiantes completen sus tareas dentro de un cierto período de tiempo, pero aquellos que elijan colocar el curso en línea podrán hacerlo como mejor les parezca y hacer ajustes.



6

Entrenamiento continuo: muchas personas que han decidido detener su carrera también pueden retomar su formación, de modo que estarán actualizados una vez que regresen al trabajo. Por lo tanto, puede ser tasado por las empresas

7

Equilibrio entre trabajo/estudios: los cursos en línea permiten la perfecta convivencia de las dos actividades sin la presión de las personas para trabajar y asistir a los cursos.

8

Progreso continuo: en ocasiones, por cuestiones climáticas, muchas clases de cursos regulares pueden ser canceladas, lo que significa extensión de plazo. Esto nunca sucederá en los cursos en línea, incluso si su Internet se cae un día, aún puede continuar progresando.

9

Concéntrate en tu desarrollo: los programas en línea permiten a los estudiantes concentrarse en tareas que serán útiles en el crecimiento de su carrera y, por lo tanto, también disfrutar el tiempo.

10

Cualquier lugar: los cursos en línea te dan la ventaja de poder tomarlos en cualquier parte del mundo. De esta manera, vacacionar en algún lugar alejado de tu centro de aprendizaje no será un problema para tu crecimiento académico.



SOLICITUD DE ADMISIÓN

PERFIL DEL CANDIDATO

Tener la capacidad y la motivación para completar bien el programa.

Demostrar curiosidad intelectual, habilidades de análisis crítico y la capacidad de resumir y articular sistemáticamente lo esencial.

Proponer un área de estudio que sea relevante para el programa y tenga una clara afiliación internacional.

REQUISITOS PREVIOS

Disponibilidad de tiempo para cumplir con los requisitos para las actividades del máster.



REQUISITOS DE ADMISIÓN

Para postular a nuestro Máster debes cumplir con los siguientes requisitos:



Título Profesional Universitario



Pasaporte o Documento de identidad



Curriculum Vitae

Referencias académicas de un profesor, en forma de formulario de referencia completo o carta de recomendación (opcional)

2 referencias profesionales, artículos, publicaciones, etc. (opcional)

Iremos contigo a lo largo de tu carrera profesional, sin importar donde te encuentres.

Organizamos actividades aptas para cualquier país.

Ofrecemos un activo programa de actividades encaminadas a la formación continua y actualización profesional.



UN PROGRAMA PREPARADO PARA UN SALTO EN TU CARRERA

A

Te dará la oportunidad de asumir nuevas responsabilidades, al brindarte nuevas habilidades y recursos de alto nivel.

B

La capacidad de respuesta de los profesionales de hoy depende de su disposición para responder de forma creativa e innovadora a las nuevas situaciones. Debido a esto, este programa está diseñado especialmente para capacitar a profesionales con una actitud innovadora y proactiva.

C

En ISEIE encontrarás muchos recursos que te permitirán desarrollar con precisión tu TFM que te dará un seguimiento formal y atención de alto nivel.

ESTUDIA CON NOSOTROS

No hay una edad específica para estudiar con nosotros. Simplemente hay que tener la educación previa solicitada para cada curso.



MATERIAL DIGITAL



Material digital en el campus virtual se tendrá acceso a todas las fuentes de información. El catálogo y la carpeta de recursos digitales incluyen archivos PDF y otros documentos electrónicos a los que podrás acceder directamente.



También somos conocidos por muchas multinacionales y grandes empresas nacionales en los países en los que hemos desarrollado nuestra actividad.



Esto resultará en un aumento de su empleabilidad, al hacerle destacar entre otros candidatos y resaltar su compromiso con la mejora continua y el desarrollo profesional.



MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS FARMACÉUTICAS

Nuestro Máster en Dirección de Empresas Farmacéuticas está diseñado para proporcionar a los profesionales del sector farmacéutico una formación integral en la gestión estratégica, marketing, ventas y farmacoeconomía aplicados a la industria farmacéutica. Este programa permite desarrollar habilidades clave para comprender, analizar y liderar las actividades de una empresa farmacéutica, desde la investigación y el desarrollo de productos hasta la comercialización en los mercados nacionales e internacionales.

A lo largo del máster, se explorarán en profundidad temas clave como la estructura organizativa de las empresas farmacéuticas, la interrelación de los departamentos internos, el papel del marketing farmacéutico en la gestión empresarial, las tendencias actuales del mercado y la evaluación económica de productos y servicios. Los módulos proporcionan un enfoque práctico para desarrollar estrategias efectivas, optimizar procesos y tomar decisiones informadas que impacten directamente en la competitividad de las empresas del sector.



PARA QUÉ TE PREPARA

Este máster te prepara para gestionar y liderar empresas farmacéuticas en un entorno dinámico y competitivo, proporcionándote una comprensión detallada de los procesos internos, la estrategia comercial, el marketing, y la farmacoeconomía.

Además, te capacita para:

Dirigir la estructura organizativa de una empresa farmacéutica, comprendiendo cómo cada departamento (marketing, comercial, regulatory, producción, etc.) interactúa y contribuye al éxito global de la empresa.

Desarrollar estrategias de marketing farmacéutico para posicionar productos en mercados específicos, como hospitales, atención primaria, OTC, genéricos y dispositivos médicos.

Liderar equipos comerciales y optimizar las ventas, gestionando desde la planificación estratégica hasta la motivación y capacitación de los equipos de ventas.

Aplicar principios de farmacoeconomía para evaluar la rentabilidad y la viabilidad económica de los productos farmacéuticos, ayudando a maximizar los recursos de la empresa.

Gestionar la relación con stakeholders clave, como reguladores, proveedores, clientes y médicos, mediante la integración de las últimas tendencias en marketing digital y multicanalidad.

OBJETIVOS



Los estudios de postgrado consisten no solo en adquirir conocimientos por parte del participante, sino que estos queden supeditados al desarrollo de una serie de competencias en función de los perfiles académicos y los correspondientes perfiles profesionales.



Nuestra función es centrar los objetivos de este máster y los diferentes módulos que lo conforman no solamente en la simple acumulación de conocimientos sino también en las hard skills y soft skills que permitan a los profesionales desempeñar su labor de forma exitosa en este mundo laboral en constante evolución.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO EL MÁSTER

Este programa está dirigido a profesionales con experiencia en el sector farmacéutico que desean asumir roles de liderazgo y gestión estratégica en empresas del ámbito sanitario.

También es adecuado para:

Directivos y gerentes de empresas farmacéuticas que buscan optimizar la gestión interna y mejorar la rentabilidad.

Profesionales de marketing y ventas en la industria farmacéutica que desean profundizar en técnicas avanzadas de marketing farmacéutico y ventas.

Consultores interesados en especializarse en el sector farmacéutico y mejorar su comprensión de los procesos de desarrollo y comercialización de productos farmacéuticos.

Médicos, farmacéuticos y otros profesionales de la salud que buscan adquirir habilidades de gestión empresarial en el contexto farmacéutico.

Emprendedores y startups del sector salud que buscan formación estratégica para lanzar nuevos productos farmacéuticos al mercado.

MÁSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS FARMACÉUTICAS

MÓDULO 1. CONOCIMIENTO Y DIRECCIÓN DEL SECTOR Y DE LA EMPRESA FARMACÉUTICA

1.1. Estructura de la empresa farmacéutica.

1.1.1. Modelos de organización de las unidades de negocio.

1.2. Interrelación de los Departamentos de Marketing y Comercial con el resto de la estructura

1.2.1. Regulatory

1.2.2. Producción

1.2.3. Supply Chain

1.2.4. Médico

1.2.5. Acceso

1.3. Perfiles de compañías del sector farmacéutico.

1.4. Mercados específicos

1.4.1. Hospital

1.4.2. Atención Primaria

1.4.3. OTC

1.4.4. Vacunas

1.4.5. Genéricos

1.4.6. Medical Devices

1.4.7. Nutrición

1.5. La organización de un laboratorio farmacéutico

1.5.1. Departamentos internos

1.5.2. Relación y coordinación entre departamentos

1.6. El camino que recorre un producto farmacéutico desde que se investiga hasta que pueda verse en la estantería de una farmacia o un hospital.

MÓDULO 2. MARKETING FARMACÉUTICO

2.1. Papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial

2.1.1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing

2.1.2. La función del marketing en el sistema económico

2.1.3. El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa 1.1.4. Las tendencias actuales en el marketing

2.1.5. Marketing y dirección estratégica

2.2. Definición y delimitación del mercado relevante

2.2.1. El entorno de las Organizaciones

2.2.2. El mercado: Concepto y delimitación

2.2.3. El mercado de bienes de consumo

2.2.4. El mercado industrial

2.2.5. El mercado de servicios



2.3. La segmentación del mercado

2.3.1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones

2.3.2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz

2.3.3. Las estrategias de cobertura del mercado

2.3.4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

2.4. La investigación de mercados y el marketing

2.4.1. Los componentes de un sistema de información de marketing

2.4.2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados

2.4.3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

2.5. Estudios de mercado y sus tipos

2.5.1. Estudios de mercado

2.5.2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados

2.5.3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados

2.5.4. Segmentación de los mercados

2.5.5. Tipos de mercado

2.5.6. Posicionamiento

2.6. Marketing farmacéutico

2.6.1. Servicio científico

2.6.2. Tipos de mercados farmacéuticos

2.6.3. Regulación de la publicidad y promoción

2.6.4. Patentes y marcas

2.6.5. Asociaciones profesionales

2.6.6. Política de producto

2.6.7. Política de precio

2.6.8. Política de distribución

2.6.9. Comunicación farmacéutica

2.7. Planificación de marketing

2.7.1. Técnicas de previsión de ventas

2.7.2. Marketing estratégico

2.7.3. El plan de marketing

2.7.4. Auditoría del plan de marketing: control externo e interno

2.8. Ventas

2.8.1. Red de ventas

2.8.2. Visita Médica

2.8.3. Micromarketing

2.8.4. Previsión de ventas

2.8.5. Elementos financieros en marketing farmacéutico

2.9. Medical marketing

2.9.1. Investigación y desarrollo de medicamentos

2.9.2. Análisis de resultados en salud

2.9.3. Comunicación y publicidad de medicamentos

2.9.4. Gestión de crisis por motivos de seguridad en medicamentos

2.9.5. Elaboración de un Medical Marketing

2.10. Farmacología y marketing especializado

2.10.1. Biofarmacia

2.10.2. Formas farmacéuticas

2.10.3. Marketing de genéricos

2.10.4. Marketing de productos hospitalarios

2.10.5. Marketing personal

MÓDULO 3. DEPARTAMENTALIZACIÓN

3.1. Departamento de Ventas: Planificación y Control

3.1.1. Modelos de organización de la estructura comercial. Principales perfiles y posiciones (dirección de ventas, gerentes de área, visitador médico, KAM, etc.).

3.1.2. Conocimiento de la Visita Médica; objeciones, sondeos, preguntas abiertas, etc), su actividad y evolución.

3.1.3. Nuevos tipos de promoción y nuevas oportunidades de negocio.

3.1.4. La diferenciación de la visita en función del canal y segmento objetivo.

3.1.5. Análisis y gestión de equipos comerciales. Distribución territorial. CRM. Selección, formación, y motivación.

3.1.6. Dirección de ventas. Estrategia de ventas y análisis comercial. Presupuestos, incentivos, plan comercial. Call plan.

3.1.7. Papel de Gerentes Regionales, Jefes de Venta y Directores Comerciales.

3.2. Departamento Financiero

3.2.1. Herramientas financieras (P&L, Cash-flow, Balance)

3.2.2. Análisis de la cuenta de resultados

3.2.3. Previsiones de ingresos y gastos

3.2.4. Punto de equilibrio

3.2.5. Otras herramientas necesarias para la formación integral de gerentes de Marketing y Ventas.

MÓDULO 4. NUEVAS TENDENCIAS DE MARKETING

4.1. Marketing Digital

4.1.1. Herramientas empleadas en e-marketing

4.1.2. Posicionamiento Orgánico (SEO)

4.1.3. Campañas en motores de búsqueda (SEM) / Publicidad en buscadores

4.1.4. Analítica web



4.1.5. Inbound Marketing

4.1.6. Multicanalidad

4.1.7. Omnicanalidad

4.1.8. Community Manager

4.2. Nuevas Tecnologías y Multicanalidad en el Sector Salud

4.2.1. Nuevas herramientas de comunicación y relación con los profesionales sanitarios y los diferentes stakeholders implicados en el negocio.

4.2.2. Gestión del Marketing Cloud

4.2.3. Interacción con el consumidor

4.2.4. Sistema de Integración de la Información

MÓDULO 5. FARMACOECONOMÍA

5.1. Farmacoeconomía

5.1.1. Concepto y utilidad de la farmacoeconomía

5.1.2. Medida del bienestar mediante la farmacoeconomía

5.1.3. Tipos de evaluaciones económicas

5.1.4. Etapas de la evaluación económica

5.1.5. Limitaciones de la farmacoeconomía

5.2. Introducción a la contabilidad de costes

5.2.1. Definición de la Contabilidad de Costes

5.2.2. Objetivos

5.2.3. Relación con la contabilidad de financiera

5.2.4. Concepto de coste

5.2.5. Clasificaciones de costes

5.3. Concepto de coste en el proceso productivo

5.3.1. Conceptos de gasto, pago y coste

5.3.2. Costes del producto y del periodo

5.3.3. Costes directos e indirectos

5.3.4. Costes fijos y variables

5.3.5. Costes necesarios versus costes no necesarios: costes de la actividad y subactividad

5.4. Costes estándares y avanzados

5.4.1. Características del modelo de costes estándar

5.4.2. El coste estándar: su determinación

- 5.4.3. Cálculo y análisis de las desviaciones en el coste de los materiales directos
- 5.4.4. Cálculo y análisis de las desviaciones en el coste de la mano de obra directa
- 5.4.5. Cálculo y análisis de las desviaciones en costes directos

5.5. Riesgo en el análisis de inversiones

- 5.5.1. Métodos simples del tratamiento del riesgo
- 5.5.2. Análisis de la sensibilidad y de los distintos escenarios
- 5.5.3. Decisiones secuenciales: árboles de decisión

MÓDULO 6. VENTAS Y PRESUPUESTOS

6.1. Diseño de la estrategia comercial y plan de ventas

- 6.1.1. Tipologías de ventas
- 6.1.2. La plataforma comercial. Relaciones proveedores-clientes
- 6.1.3. Plan de ventas. Previsión de cuotas y ventas
- 6.1.4. Política de fijación de precios
- 6.1.5. Fidelización de clientes
- 6.1.6. Experience customer

6.2. Elaboración y control de presupuestos

- 6.2.1. Planificación presupuestaria
- 6.2.2. Elaboración del presupuesto anual
- 6.2.3. Elaboración de los estados financieros
- 6.2.4. Control presupuestario

MÓDULO 7. EQUIPOS COMERCIALES Y ASPECTOS LEGALES

7.1. Dirección y gestión de equipos comerciales

- 7.1.1. El perfil del equipo de ventas
- 7.1.2. Liderazgo del equipo comercial
- 7.1.3. Creación de equipos comerciales competitivos
- 7.1.4. Motivación del equipo de ventas
- 7.1.5. La negociación
- 7.1.6. Comunicación oral, expresión escrita y escucha en la venta
- 7.1.7. Elementos, habilidades y técnicas comerciales. Los call centers

7.2. Aspectos legales en el desarrollo y autorización de medicamentos

- 7.2.1. Legislación farmacéutica básica
- 7.2.2. Agencia europea de medicamentos
- 7.2.3. Código deontológico
- 7.2.4. Farmacovigilancia
- 7.2.5. Registros de medicamentos

MÓDULO 8. TRABAJO FINAL MÁSTER (TFM)



Nota: El contenido del programa académico puede estar sometido a ligeras modificaciones, en función de las actualizaciones o de las mejoras efectuadas.



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

CONTÁCTANOS

 +34 960 25 47 46

 Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.

 www.iseie.com