



Programa Educación Continua

DIPLOMADO

MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS

Modalidad: Semipresencial/Virtual

Universidad del Caribe

Junio de 2021


Santo Domingo, D.N.

República Dominicana

DOCUMENTO:	NOMBRE DEL PROGRAMA		
ÁREA:	EDUCACIÓN CONTINUA		
FECHA:	MES Y AÑO	PÁGINA:	Número de página actual. Ej.: 4 de 5

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	DESCRIPCIÓN	3
II.	OBJETIVO GENERAL.....	3
III.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
IV.	A QUIÉN VA DIRIGIDO	4
V.	METODOLOGÍA	4
VI.	REQUISITOS	6
VII.	PLAN DE ESTUDIO.....	8
VIII.	CUERPO DOCENTE.....	8

	DOCUMENTO:	NOMBRE DEL PROGRAMA	
	ÁREA:	EDUCACIÓN CONTINUA	
	FECHA:	MES Y AÑO	PÁGINA:

I. DESCRIPCIÓN

Este Diplomado introduce los conceptos de ventas, marketing farmacéutico, mercadeo, negociaciones y farmacología relevantes para la práctica.

Los aprendizajes incluyen los principios generales de las técnicas de ventas y como implementarlas en clínicas y farmacias, conceptos sobre marketing, mercadeo de productos y diferentes fármacos como los genéricos, éticos y OTC.

Las necesidades de los laboratorios Farmacéuticos de tener un grupo de profesionales con una formación sólida, teniendo en cuenta el desarrollo de la industria farmacéutica junto a sus diversos actores se hace imprescindible el conocimiento y aprendizaje en anatomía, fisiología, patología, farmacología, mercadeo y ventas especializadas, haciendo que los diferentes canales de comunicación se comporten de forma ágil, destacándose la urgencia de contar con profesionales idóneos con capacidad de construir relaciones exitosas de largo plazo que satisfagan las necesidades, deseos e intereses de los médicos y clientes, generando un valor agregado y crecimiento competitivo de las organizaciones.


Para responder a estas necesidades, ofrecemos el Diplomado en MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS con excelencia.

II. OBJETIVO GENERAL

El propósito del Diplomado en MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS con excelencia consiste en;

- Desarrollar las habilidades de Liderazgo y toma de decisiones.
- Capacitar para un efectivo trabajo en equipo.

Se facilitarán las herramientas necesarias para obtener efectivos resultados en la consecución y cierres de venta de acuerdo a las metas propuestas de marketing y otras herramientas específicas del mercadeo farmacéutico con las técnicas de ventas para mejor implementación de estas; así como los conocimientos generales de anatomía, fisiología, patologías, farmacología que le permitirán manejar las interacciones de los medicamentos, sus formas farmacéuticas y obtener conocimientos que le darán la destreza para entender fácilmente las capacitaciones en el producto que el laboratorio quiera promocionar; al igual que tendrá la capacidad para dirigirse al médico en su misma terminología.

	DOCUMENTO:	NOMBRE DEL PROGRAMA		
	ÁREA:	EDUCACIÓN CONTINUA		
	FECHA:	MES Y AÑO	PÁGINA:	Número de página actual. Ej.: 4 de 5

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Principios Fundamentales de Farmacología 1

MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS

Farmacología por Sistemas e Infectología

- **Técnicas de ventas**

La importancia del MSL

Estilo de pensamiento del medico

Apertura

Sondeos abiertos y cerrados

Refuerzo

Obtención del compromiso

Manejo de las objeciones

Manejo del dialogo y la relación

- **Práctica:**


Simulación de las visita médica en clínicas privadas

Mercadeo y Comunicación parte 1

IV. A QUIÉN VA DIRIGIDO

El Diplomado en MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS con excelencia está dirigido a Profesionales de las diferentes especialidades académicas, del área de la salud (no excluyente), Bachilleres y áreas administrativas que deseen prepararse en todos los campos de la promoción y venta de productos farmacéuticos, para desarrollar una carrera exitosa dentro de la industria farmacéutica obteniendo los beneficios del sector.

V. METODOLOGÍA

 UNICARIBE <small>UNIVERSIDAD DEL CARIBE</small>	DOCUMENTO:	NOMBRE DEL PROGRAMA		
	ÁREA:	EDUCACIÓN CONTINUA		
	FECHA:	MES Y AÑO	PÁGINA:	Número de página actual. Ej.: 4 de 5

En UNICARIBE este diplomado está ofertado en la modalidad Semipresencial. Se fundamenta en una metodología de alta participación, basada en el estudio, la investigación, el análisis y la discusión de casos con videos que permitan una visión integral del servicio al médico, al cliente o las instituciones.

- Formación en competencias
- Creatividad e innovación
- Espíritu emprendedor y Liderazgo

Esta desarrollado para combinar métodos y técnicas de aprendizaje que faciliten a los participantes de manera teórico-práctica la aplicación y entendimiento de los temas aprendidos, mediante la realización de talleres, juegos de roles, trabajos en equipo, filmación de casos, videos para analizar y prácticas de campo, que propendan por la generación de experiencias, espacios de reflexión y conceptualización del rol de un visitador médico altamente competitivo.


- Aprendizaje colaborativo
- Autogestión del aprendizaje

Las exposiciones deben ser integradas con cursos paralelos.

Se deberá hacer que el contenido del curso sea en todo momento interesante, proveer simulaciones a manera de motivación y referencias de otras situaciones. Esto facilitará que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos.

Técnicas y Métodos:

- Clases Expositivas: Los estudiantes organizan y preparan un tema para ser presentado y explicado a otros estudiantes. Siempre se proveerá espacio para que otros estudiantes puedan aportar sus opiniones e informaciones, y responder preguntas.
- Discusión en grupos: Grupo entre 5 a 8 estudiantes, para intercambiar experiencias, ideas, opiniones y comentarios, con el objetivo de buscar solución a un problema (objeciones), tomar una decisión grupal o adquirir conocimientos mediante las aportaciones de los participantes.

	DOCUMENTO:	NOMBRE DEL PROGRAMA		
	ÁREA:	EDUCACIÓN CONTINUA		
	FECHA:	MES Y AÑO	PÁGINA:	Número de página actual. Ej.: 4 de 5

El docente coordinara y estimulara la discusión.

El tiempo destinado a la discusión (se recomienda que no sea mayor de 45 minutos), se elaboraran las reglas que se tomaran en cuenta.

- Trabajo en equipo: Se asignarán trabajos en grupo en donde el estudiante tendrá un rol específico y tareas interrelacionadas. El resultado dependerá de las tareas individuales.
- Aprendizaje basado en situaciones-objeciones: los estudiantes aprenderán a través de la solución de situaciones. Generándose beneficios de las contribuciones de otros estudiantes.
- Lluvia de Ideas: Los estudiantes aportan ideas que fluyan alrededor de un concepto o preguntas para obtener de esta manera, el conocimiento previamente adquirido, fomentando la creatividad.
- Debates: Los estudiantes o equipos presentan y defienden su posición sobre un tema en específico.

Esta modalidad permite aprovechar las mejores prácticas enseñanza-aprendizaje-evaluación, para incorporar de una manera interrelacionada con las mediaciones tecnológicas, comunicativas y las concepciones pedagógicas y didácticas que aporta la educación virtual.

Lo que permite que las condiciones de tiempo, espacio, ocupación o edad de los estudiantes no sean factores limitantes o condicionantes para el aprendizaje, consolidando el modelo educativo institucional a distancia semipresencial, a través, de programas métodos, estrategias de enseñanza-aprendizaje y recursos de calidad, apoyados en las plataformas tecnológicas educativas Blackboard y Banner.


VI. REQUISITOS

Ser profesionales de las diferentes especialidades académicas, del área de la salud (no excluyente), Bachilleres y áreas administrativas que deseen prepararse en todos los campos de la promoción y venta de productos farmacéuticos.

Para el cursado de este diplomado, el participante deberá cumplir los siguientes requisitos:

Perfil de Ingreso:

1. Muestra motivación e interés por el tema.
2. Se comunica apropiadamente en forma oral y escrita en el idioma español.
3. Demuestra un nivel adecuado de razonamiento lógico.
4. Demuestra un dominio básico de los recursos informáticos.

	DOCUMENTO:	NOMBRE DEL PROGRAMA	
	ÁREA:	EDUCACIÓN CONTINUA	
	FECHA:	MES Y AÑO	PÁGINA:

5. Tiene disposición para la reflexión personal y el diálogo grupal.
6. Muestra actitud favorable al estudio independiente, el aprendizaje colaborativo y la autogestión.
7. Muestra un comportamiento emocional equilibrado y de autodisciplina.
8. Muestra una conducta apegada a los principios éticos y morales.
9. Tiene buenas relaciones interpersonales.

Requisito de Ingreso:

- 1- Completado el formulario de admisión, validado por la Dirección de Educación Continuada.
- 2- Constancia de situación de estudios, ya sea:
 - a. Récord de Notas de Bachillerato (copia)
 - b. Récord de Notas de la Universidad (copia)
 - c. Título académico de grado postgrado (copia en caso de que se encuentre en este nivel académico)
- 3- Documento de Identidad (copia).
- 4- Disponer de una computadora portátil (laptop) para la modalidad semipresencial.

Requisitos de permanencia y egreso:

Para un participante mantener los requisitos de permanencia y obtener el título de diplomado deberá cumplir con los siguientes aspectos:

1. Cumplir con los parámetros de asistencia mínima del 85%, validados según la modalidad de estudios.
2. Cumplir con las asignaciones y actividades de los módulos, validados por el docente.
3. Aprobar el proyecto final.

VII. PLAN DE ESTUDIO

SECCIÓN NO. 1

Principios Fundamentales de Farmacología 1

INSTRUCTOR

Alberto Pérez Lembert

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Desarrollar conocimientos en Farmacología

CONTENIDOS

- **Vías de administración**
 Interacciones Fármaco Receptor
 Farmacodinamia ,Farmacocinética ,Efectos terapéuticos, Efectos Adversos
 Mecanismo de acción
- **Práctica:**
 Sobre el Índice Terapéutico

VIII. CUERPO DOCENTE

Nombre

Alberto Pérez Lembert

Grado Académico

Dr. En Medicina, MD, MBA.

Postgrado / Especialidad

MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS

SECCIÓN NO. 2

Principios Fundamentales de Farmacología 2

INSTRUCTOR

Dr. Alberto Pérez Lembert

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Farmacología

CONTENIDOS

- **Continuación Farmacología**
 Bioequivalencia y Biodisponibilidad de los Fármacos
 Regulación de las Drogas
 Farmacovigilancia y Farmacoeconomía
- **Práctica:**
 Sobre la Toxicidad de Fármacos

CUERPO DOCENTE

Nombre

Dr. Alberto Pérez Lembert

Grado Académico

Dr. En Medicina, MD, MBA.

Postgrado / Especialidad

MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS

SECCIÓN NO. 3

Farmacología por Sistemas e Infectología

INSTRUCTOR

Dr. Alberto Pérez Lembert

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Aprendizaje sobre las generalidades medicas

CONTENIDOS

- **Sistema Nervioso, Sistema Musculo Esquelético, Piel y Sistema linfático, Sistema Endocrino, Sistema Inmune.**
 Farmacología de Inflamaciones
 Farmacología de Infecciones micóticas
 Farmacología de Infecciones parasitarias
- **Práctica:**

Sobre la Inflamación, micosis y parásitos

CUERPO DOCENTE

Nombre

Dr. Alberto Pérez Lembert

Grado Académico

Dr. En Medicina, MD, MBA.

Postgrado / Especialidad

MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS

SECCIÓN NO. 4

Farmacología por Sistemas e Infectología (Cont.)

INSTRUCTOR

Dr. Alberto Pérez Lembert

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Aprendizaje sobre las generalidades medicas (cont.)

CONTENIDOS

- **Farmacología por Sistemas (Cont.)**
Sistema Cardiovascular, Sistema Respiratorio, Sistema Digestivo, Sistema Urinario y Reproductor, Nutrición Básica.
- **Farmacología de Infecciones Bacterianas**
Farmacología e Infecciones Virales
Farmacología del Cáncer y SIDA
- **Práctica:**
Sobre Infecciones Bacterianas y Virales

CUERPO DOCENTE

Nombre

Dr. Alberto Pérez Lembert

Grado Académico

Dr. En Medicina, MD, MBA.

Postgrado / Especialidad

MARKETING FARMACEUTICO y VENTAS

SECCIÓN NO. 5

Mercado Farmacéutico

INSTRUCTOR

Karolyn Castro / Dahiana Perez

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Conocimiento del Mercado Farmacéutico

CONTENIDOS

- **Mercado Farmacéutico**
 Productos Farmacéuticos
 Estructuras Organizacionales en las compañías farmacéuticas
 Investigación de mercado/ IMS, Close Up.
 Políticas de comercialización
 Canales de distribución e Importancia de la terminología
- **Práctica:**
 Clases terapéuticas

CUERPO DOCENTE
Nombre

Karolyn Castro / Dahiana Perez

Grado Académico

Licentiate Degree in Business Administration / Licenciatura en Farmacia (Cum Laude)

Postgrado / Especialidad

Cognos PowerPlay, Gestión Informática / Diplomado en Asuntos Regulatorios

--

SECCIÓN NO. 6

Ventas y Marketing Farmacéutico 1

INSTRUCTOR

Luis Suarez

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Técnicas de ventas/ desarrollo de la visita médica común y un MSL, parte 1
--

CONTENIDOS

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de ventas <ul style="list-style-type: none"> La importancia del MSL Estilo de pensamiento del medico Apertura Sondeos abiertos y cerrados Refuerzo Obtención del compromiso Manejo de las objeciones Manejo del dialogo y la relación • Práctica: <ul style="list-style-type: none"> Simulación de las visita médica en clínicas privadas |
|--|

CUERPO DOCENTE

Nombre
Luis Suarez
Grado Académico
Dr. En Medicina
Postgrado / Especialidad
Diplomado en Farmacoeconomia y Medical Science Liaison (MSL)

SECCIÓN NO. 7

Ventas y Marketing Farmacéutico 2

INSTRUCTOR

Luis Suarez / Rocío Adam

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Técnicas de ventas/ desarrollo de la visita médica común y un MSL, parte 2

CONTENIDOS

- **Desarrollo de la visita médica común**
 - Introducción a la agilidad en la visita
 - Visita corta
 - La primera visita
 - Establecimiento de la relación
 - Transición
 - Planificación de la pre-visita
 - Análisis de la post-visita
 - Pasos de la planificación de la pre-visita
 - Pasos del análisis post-visita
- **Práctica:**
- Simulación de la visita médica en hospitales

CUERPO DOCENTE

Nombre

Luis Suarez / Rocío Adam

Grado Académico

Dr. En Medicina / Doctorado en Educación

Postgrado / Especialidad

Diplomado en Farmacoeconomía / MBA

SECCIÓN NO. 8

Ventas y Marketing Farmacéutico 3

INSTRUCTOR

Rocío Adam / Emily González

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Conocer sobre Gerencias de Territorio

CONTENIDOS

- **Gerencia en el campo**
 - Pasos sobre la excelencia para las visitas a farmacias y OTC
 - Una promoción excelente diferenciada con el visitador promedio
 - Perfiles médicos y pacientes
 - Perfil prescriptivo
 - Gerencia de territorios
 - Planificación de paneles médicos y plan de ventas
 - Proceso y criterios de selección de médicos
 - Segmentaciones de médicos
 - Reportes e informes de gestión
- **Práctica:**
 - Simulaciones de la visita a farmacias

CUERPO DOCENTE

Nombre

Rocío Adam / Emily González

Grado Académico

Doctorado en Educación / Mercadóloga

Postgrado / Especialidad

MBA / Master en comercio internacional

SECCIÓN NO. 9

Mercadeo y Comunicación parte 1

INSTRUCTOR

Rocío Adam / Ligia Bautista

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Aprendizaje en la planificación antes de salir al campo de trabajo

CONTENIDOS

- Manejo del material promocional, ayudas visuales, mensajes claves.
- Reja Promocional
- Optimización de recursos promocionales
- Manejo de muestras medicas
- Manejo y cálculo de inventarios
- **Práctica:** videos

CUERPO DOCENTE

Nombre

Rocío Adam / Ligia Bautista

Grado Académico

Doctorado en Educación / Mercadóloga

Postgrado / Especialidad

MBA / Maestría en Gerencia de Mercadeo - Certificación Internacional en Coaching Ejecutivo

SECCIÓN NO. 10

Comunicación Efectiva

INSTRUCTOR

Mirla Hernández

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

captar y mantener la atención de los asistentes y procurar que su contenido sea recordado por ellos.

CONTENIDOS

- Una afirmación llamativa.
- Una cifra sorprendente.
- Una historia o anécdota personal.
- Una nota de humor (chiste o broma).
- Una pregunta, ya sea retórica o no.
- Una cita hecha por alguien famoso que pueda ser aplicada al tema.
- La Improvisación
- La conclusión, ya que sabrán desde el primer momento lo que la presentación puede aportarles.

Nombre

Mirla Hernández

Grado Académico

Locutora profesional, estudiante de término de Relaciones Internacionales.

Postgrado / Especialidad

-Locución comercial
 -Locución Interactiva
 -Locución publicitaria
 -Voz Comercial

Experiencia Profesional

Mirla Hernández es Locutora profesional, Productora y conductora de Radio y Maestra de Ceremonias en **Diversos Eventos**. Participo en la **Unión de Voces de para Elevar el Mensaje de Conciencia del Día de la Mujer 2021**. Es miembro del **Club de Leones de Comunicadores**

Internacionales. En la actualidad es anfitriona del **Programa Virtual Conversan.2** y se desempeña como colaboradora del **Nuevo Diario.**

Instagram [mirla_hernandez](#)

Datos de contacto

Número de teléfono (809) 707-4392

Correo electrónico mirla.hernandez@unicaribe.edu.do

SECCIÓN NO. 11

Mercadeo y Comunicación parte 2

INSTRUCTOR

Ligia Bautista / Josefina Pichardo de García

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Mejorar la comunicación en el ambiente profesional

CONTENIDOS

- Código de vestimenta del visitador - Etiqueta y protocolo
- Comunicación efectiva
- Administración del tiempo
- Escucha activa

CUERPO DOCENTE

Nombre

Ligia Bautista / Josefina Pichardo de García

Grado Académico

Mercadóloga / Psicóloga

Postgrado / Especialidad

Maestría en Gerencia de Mercadeo - Certificación Internacional en Coaching Ejecutivo / Psicóloga en colores, "The color coding company"

SECCIÓN NO. 12

Mercadeo y Comunicación 3era parte

INSTRUCTOR

Dr, Alberto Pérez Lembert / Dr. Luis Suarez

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Como ser un líder y experto en estudios clínicos

CONTENIDOS

- Toma de decisiones
- Manejo de Conflictos
- Trabajo en equipo y motivación
- Como leer un estudio clínico
- **Práctica:** videos

CUERPO DOCENTE

Nombre

Dr. Alerto Pérez Lembert / Dr. Luis Suarez

Grado Académico

Dr. En Medicina / Dr. En Medicina

Postgrado / Especialidad

MBA – Diplomado en Farmacoeconomía / Diplomado en Farmacoeconomía - Medical Science Liaison (MSL)

SECCIÓN NO. 14

Examen “Trabajo final”

INSTRUCTOR

Alberto Pérez Lembert, Luis Suarez, Rocío Adam, Emily González

DURACIÓN

4 horas

OBJETIVO

Presentación de un trabajo final, con criterios en un examen oral

CONTENIDOS

- Evaluación de las presentaciones finales
- Premiación
- Entrega de Diplomas
- Foto de grupo

CUERPO DOCENTE

Nombre

Alberto Pérez Lembert, Luis Suarez, Rocío Adam, Emily González

Grado Académico

Doctor en medicina, Doctor en medicina, Doctorado en Educación, Mercadóloga

Postgrado / Especialidad

MBA, Diplomado en Farmacoeconomía, MBA, Master en comercio internacional

Experiencia Profesional

• Es una gran experiencia proporcionar apoyo para promover el crecimiento y el desarrollo de las organizaciones, para que de esta forma mantengan la calidad en la ejecución, el seguimiento y trabajo eficaz como parte de un equipo intercultural enfocado en las buenas relaciones personales y el liderazgo.

Mi experticia se fundamenta en mi experiencia de más de 20 años en la Industria farmacéutica en diferentes posiciones estratégicas tal y como lo presenta mi CV.

Datos de contacto

809-4490158

albertoenriqueperezlembert@gmail.com



UNICARIBE
UNIVERSIDAD DEL CARIBE

DOCUMENTO:	NOMBRE DEL PROGRAMA		
ÁREA:	EDUCACIÓN CONTINUA		
FECHA:	MES Y AÑO	PÁGINA:	Número de página actual. Ej.: 4 de 5