**UNIVERSIDAD DE CHILE**

**Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas**

**Gestión y Marketing Farmacéutico**

**PROGRAMA 2011**

**GESTIÓN Y MARKETING FARMACÉUTICO**

**1.- INFORMACION GENERAL**

* 1. ASIGNATURA : Gestión y Marketing Farmacéutico
  2. DEPARTAMENTO : Ciencia y Tecnología Farmacéutica
  3. CARRERA : Química y Farmacia
  4. CARÁCTER : Electivo
  5. REGIMEN : Semestral

1.6 CRÉDITOS : 5

1.7 SEMESTRE : otoño

1.8 LOCAL DOCENTE : Sala 2

1.9 HORARIO : 14:00 a 16:40 horas

* 1. PROFESORA ENCARGADA: María Teresa Andonaegui A mandonae@uchile.cl

1.11 COORDINADORA LABORATORIOS SAVAL: QF. Ingrid Ramdohr E. iramdohr@saval.cl

* 1. **EQUIPO DOCENTE:**

**Profesores**:

Ingrid Ramdohr

Ximena Lyng

Luis Alberto Lindermeyer

Rafael Díaz

Claudio Monsalves

Paula Caballero

Maximiliano Toledo

Lorenzo Leyton

**2.-INTRODUCCIÓN**:

2.1.-**Propósitos en función del perfil profesional:**

Entregar al alumno herramientas de gestión y marketing, como complemento a la formación entregada por la facultad

Aprender a gestionar acciones la promoción y marketing y/o comercialización de productos farmacéuticos en un marco ético

Conocer y manejar elementos de gestión en recursos humanos y estrategias de manejo de personal

2.2.-**Descripción de la asignatura**

Asignatura electiva, que entrega conceptos de marketing, recursos humanos y conceptos de ventas. También incluye una introducción al uso de herramientas biomédicas computacionales.

**3.- Objetivos Educacionales**:

3.1.-Objetivo General:

Complementar la formación en el área de Gestión y Marketing al Profesional Farmacéutico.

3.2.1.- Objetivos específicos de conocimientos: lograr que el alumno domine las herramientas del marketing farmacéutico desde la planificación hasta la evaluación de los resultados.

3.2.2.- Objetivos específicos de habilidades: El alumno al finalizar el curso podrá conocer los distintos aspectos del mercado farmacéutico y podrá implementar y conocer las variables del marketing en cualquier establecimiento farmacéutico.

3.2.3.-Objetivos específicos de Actitudes: Poder diagnosticar e implementar distintas acciones hacia una gestión que influya positivamente en los resultados.

**4.- Contenidos y Calendario**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 24 – abril | MKT Estratégico y MKT Operativo | Sr. Maximiliano Toledo |
| 8 – mayo | La farmacia una empresa de servicios | Sra. Ximena Ling |
| 15 – mayo | Análisis crítico de la literatura Biomédica aplicada a la Farmacia | Sr. Claudio Monsalves |
| 29 – mayo | Liderazgo en la empresa | Sr. Rafael Díaz |
| 05-jun | Gestión en RRHH y manejo de personal | Sr. Luis A. Lindermeyer |
| 12-jun | Gestión en el punto de venta | Sr. Lorenzo Leyton |
| 19 – junio | Merchandising | Sra. Paula Caballero |
| 26 – junio | Técnicas de ventas | Sr. Maximiliano Toledo |
| 10-jul | Examen | Sra. Ingrid Ramdohr |

**5.-evaluación:** La nota final resultará del desarrollo y presentación de un tema a elección del alumno. Presentan por grupos de 4 a 5 Alumnos. Los docentes del curso entregan temas o pueden ser propuestos por los alumnos.

**6. Bibliografía**

* Inteligencia Emocional. La comprensión de las propias emociones como una forma de lograr la comunicación óptima, Hendiré Weisinger, 1998 Editorial, Javier Vergara
* La Inteligencia Emocional, 1995 Daniel Coleman, Editorial, Javier Vergara
* La Inteligencia Emocional de la Empresa,1999, Editorial, Javier Vergara
* Estrategias para el Liderazgo Competitivo: de la Visión a los Resultados
* Arnold C.Hax y Majluf, Nicolas Editorial: Ediciones Juan Granica S.A. 1998
* Liderazgo sin límites. Manual de Supervivencia para Managers,Heifetz, Roland A. y Linsky, Martin Editorial: Ediciones Paidos Iberica 2003
* Management: Lo que se aprende en la Harvard Bussiness School de Stevens, Marcus, Editorial: Editorial Ariel SA, 2003
* Marketing de Phillip Kottler, Edición año 2001
* Marketing Estratégico de Jean.Jacques Lambin, 1996
* Rev. Med Chil. 2003 Aug;131(8):835-6
* JAMA 1993;270(21);2598-2601;JAMA 1994;271(1):59-63;JAMA 1994;271(5):389-391;JAMA 1995;274(7):570-4
* The Little Handbook of Statistical Practice, <http://www.tufts.edu/~gdallal/LHSP.HTM>
* Revista: ADVISUM, edición de la asociación nacional de avisadores ANDA.
* Michael E Porter, Estrategias Competitivas Junio 1998
* Unidad de Medicina Basada en la Evidencia,escuela.med.puc.cl/Recursos/MBE2001/://
* **Portal MBE**
* http://www.infodoctor.org/rafabravo/mbe.htm
* **Glosario**
* http://www.hrc.es/caspe/ecc
* **Medline free**
* http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi
* **The Cochrane Library**
* http://www.cochranelibrary.com/enter/
* **El Medicamento en la Red**
* http://www.infomedicamento.net/
* **Guías de Práctica Clínica en Español**
* http://www.fisterra.com/recursos\_web/castellano/c\_guias\_clinicas.htm
* **Guías de Práctica Clínica en Inglés**
* http://www.aan.com/professionals/practice/guidelines.cfm
* **Evidence Based Information on Drug Therapy**
* http://www.ti.ubc.ca/
* **Farmacoterapia Basada en la Evidencia**
* http://www.tthhivclinic.com/evidence-based\_pharmacotherapy.html
* **Clinical Pharmacology Resources**
* http://www.geocities.com/HotSprings/2255/drugs.html
* **ACP-ASIM Online - ACP Journal Club**
* http://www.acponline.org/journals/acpjc/jcmenu.htm
* **Centre for Evidence-Based Pharmacotherapy**
* http://www.aston.ac.uk/pharmacy/cebp/
* **Unidad de Farmacia Clínica y Farmacoterpia**
* http://www.ub.es/farcli/indice.htm
* **JIP:Evidence-Based Reviews of the Pharmacotherapeutic Literature**
* http://www.informedpharmacotherapy.com/evidencebasedreviews.htm
* **Evidence-Based Pharmacotherapy Resources**
* http://www.library.vcu.edu/tml/bibs/ebp.html
* **Atheneum - Club Virtual de Atencion Primaria**
* http://www.atheneum.doyma.es/index\_no\_cookie.htm