

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Marketing en el sector de la salud y farmacéutico 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Reglas fundamentales en marketing farmacéutico 1.3. Gestión de la comercialización farmacéutica 1.4. Acciones de marketing farmacéutico	Huella UNIR (2,6 puntos) Test Tema 1 (0,1 punto)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Investigación de mercado en el sector de la salud 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Investigación de mercado y la información. Sistemas de información de marketing 2.3. Propósito, objetos y métodos de la investigación de mercado 2.4. Valor de la información farmacéutica 2.5. Sistemas de información de marketing	Test Tema 2 (0,1 punto)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. Estudio del mercado farmacéutico 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Estudio del mercado farmacéutico	Test Tema 3 (0,1 punto)	Clase del Tema 3

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 4	Tema 4. El producto en la actividad de marketing. Surtido de productos médicos. La política de productos básicos de las empresas farmacéuticas y las farmacias 4.1. Introducción y objetivos 4.2. El producto en la actividad de marketing 4.3. Propiedades de consumo de los productos farmacéuticos 4.4. Ciclo de vida del producto 4.5. Posicionamiento de los productos farmacéuticos 4.6. Competitividad de los productos farmacéuticos y gestión de la calidad 4.7. Estrategias de comercialización de las empresas farmacéuticas 4.8. Política de surtido de las empresas de producción farmacéutica y farmacias 4.9. Política de productos básicos de las empresas farmacéuticas 4.10. Marca comercial y embalaje de mercancías: la marca 4.11. Actividad innovadora de las empresas farmacéuticas	Test Tema 4 (0,1 punto)	Clase del Tema 4
Semana 5	Tema 5. Precios: política de precios de las empresas farmacéuticas y farmacias 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Bases teóricas de la fijación de precios de mercado 5.3. Estructura de precios 5.4. Factores de fijación de precios 5.5. Demanda, oferta y precio 5.6. Fijación del precio de las mercancías 5.7. Establecimiento del precio de equilibrio 5.8. Etapas de fijación de precio de los productos farmacéuticos 5.9. Definición del precio de los nuevos productos	Entrega actividad grupal 1 (3 puntos) Test Tema 5 (0,1 punto)	Clase del Tema 5

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	Tema 6. Ventas farmacéuticas 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Marketing y política de ventas 6.3. Canales, su función y estructura 6.4. Gestión de los canales de distribución 6.5. Métodos y sistemas de distribución. El sistema de distribución de productos farmacéuticos 6.6. Venta al por mayor. Características del comercio al por mayor de medicamentos 6.7. Comercio al por menor. Farmacias como puntos de venta al por menor de medicamentos 6.8. Concepto y tipos de logística. Características del enfoque logístico para la gestión de las actividades de suministro en farmacia	Test Tema 6 (0,1 punto)	Clase del Tema 6
Semana 7	Ejemplo práctico distribución en la industria farmacéutica	Entrega actividad grupal 2 (3 puntos)	Clase de resolución de la actividad grupal 1
Semana 8	Tema 7. Control de marketing farmacéutico 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Sistema de control de marketing 7.3. Tipos de controles 7.4. Responsables del control 7.5. Propósitos del control 7.6. Componentes de la auditoría de marketing 7.7. Auditoría del entorno macro 7.8. Relación de los sistemas de información y comunicación en el marketing de la empresa	Test Tema 7 (0,1 punto)	Clase del Tema 7

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 9	Tema 8. Marketing farmacéutico internacional 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Esencia y especificidad del marketing internacional 8.3. Entorno de la comercialización internacional 8.4. Formas de entrada de empresas farmacéuticas en los mercados extranjeros 8.5. Estrategia de marketing internacional 8.6. Estudios de comercialización de los mercados extranjeros 8.7. Política comercial de las empresas internacionales 8.8. Política de precios en el marketing internacional 8.9. Política de distribución de productos básicos en la comercialización internacional 8.10. Promoción de medicamentos en los mercados extranjeros 8.11. Oficina de marketing internacional	Actividad grupal 3 Lectura individual Test Tema 8 (0,1 punto)	Clase de resolución de la actividad grupal 2 Clase del Tema 8
Semana 10		Actividad grupal 3 Aula de discusión	Presentación de la actividad grupal 3

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Tema 9. Políticas de comunicaciones de marketing 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Comunicaciones de marketing y su formación 9.3. La publicidad y su papel en la política de comunicación de las empresas 9.4. Los componentes del proceso de publicidad 9.5. Las funciones de la publicidad de medicamentos 9.6. Regulación de la promoción de medicamento 9.7. Planificación y organización de campañas publicitarias 9.8. Promoción de ventas de productos farmacéuticos 9.9. Venta personal. Red y marketing directo, branding 9.10. Relaciones públicas 9.11. Exposiciones y ferias	Test Tema 9 (0,1 punto)	Sesión de recomendación de examen Clase del Tema 9
Semana 12	Tema 10: Ejemplo real practico: lanzamiento de producto para la detección temprana de cáncer de colon en sangre 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Análisis del mercado 10.3. Análisis de la oportunidad de negocio 10.4. Propuesta de valor 10.5. Modelo de negocio 10.6. Estrategia de Go-To-Market 10.7. Análisis financiero 10.8. <i>Road map</i> 10.9. Oportunidades de venta y desinversión	Test Tema 10 (0,1 punto)	Clase del Tema 10
Semana 13		Entrega de actividad grupal 3 (5,4 puntos)	Clase de resolución de actividad grupal 3
Semana 14	Ejemplo real práctico II: lanzamiento producto Dermocosmética		Discusión ejemplo práctico
Semana 15	Clase de repaso		

CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 16	Semana de exámenes	

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.