

GUÍA DOCENTE

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y
MARKETING PARA OFICINA
DE FARMACIA**

Gestión Empresarial Y Marketing Para Oficina De Farmacia

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Optativa
Organización temporal		Curso 5; Semestre 9 o 10
Idioma		Castellano
Contenidos		<ul style="list-style-type: none"> • Dirección y Estrategia en Farmacias • Desarrollo de planes de marketing, campañas de comunicación y promociones. • Estrategias para una gestión rentable de stocks, inventarios y aprovisionamiento eficiente en farmacias. • Desarrollo y gestión de servicios profesionales en la farmacia • Gestión Financiera, Fiscal y Legal de la Farmacia
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC25 Conocer y comprender la gestión y características propias de la asistencia farmacéutica en el ámbito oficial y de la industria farmacéutica. (ORDEN CIN/2137/2008 - Apartado 5)
	Habilidades y destrezas	<p>HD04 Diseñar, preparar, suministrar y dispensar medicamentos y otros productos de interés sanitario. (ORDEN CIN/2137/2008 - Apartado 3)</p> <p>HD05 Promover el uso racional de los medicamentos y productos sanitarios, así como adquirir conocimientos básicos en gestión clínica, economía de la salud y uso eficiente de los recursos sanitarios. (ORDEN CIN/2137/2008 - Apartado 3 y 5)</p> <p>HD09 Desarrollar habilidades de comunicación e información, tanto orales como escritas, para tratar con pacientes y usuarios del centro donde desempeñe su actividad profesional. Promover las capacidades de trabajo y colaboración en equipos multidisciplinares y las relacionadas con otros profesionales sanitarios. (ORDEN CIN/2137/2008 - Apartado 3)</p> <p>HD26 Conocer, comprender y aplicar las condiciones legales, sociales y económicas relacionadas con el ámbito sanitario y en particular con el medicamento. (ORDEN CIN/2137/2008 - Apartado 5)</p> <p>HD28 Conocer y aplicar técnicas de gestión en todos los aspectos de las actividades farmacéuticas. (ORDEN CIN/2137/2008 - Apartado 5)</p>
	Competencias	
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar conceptos y técnicas de gestión empresarial para la administración eficiente de una oficina de farmacia, asegurando la optimización de recursos y la sostenibilidad del negocio. • Desarrollar estrategias de marketing orientadas a mejorar la visibilidad y competitividad de la oficina de farmacia, utilizando herramientas de análisis de mercado y promoción efectiva. • Implementar sistemas de gestión de la calidad y servicio al cliente en la oficina de farmacia, con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente y fidelización, garantizando un alto nivel de atención y profesionalismo. 		

Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas	26	
	Seminarios	2	
	Clases Prácticas	30	
	Prácticas de laboratorio	0	
	Tutorías	12	
	Trabajo Autónomo	76	
	Prueba de evaluación final	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen	50	50
	Resolución problemas	10	30
	Estudio casos - Proyectos	10	30
	Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120	