



Curso Online de **Visitador Médico**

Conocimientos y metodologías prácticas de visita médica así como del proceso de venta en la Industria Farmacéutica.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

En los últimos 40 años la Industria Farmacéutica ha sido el sector con un crecimiento más amplio y sostenido de Europa y EE.UU, representando un volumen de negocio de más de 4 billones de euros.

Si ponemos el foco en Latinoamérica encontraremos un continente lleno de oportunidades para el sector. Su valor de mercado se duplicó entre 2008 y 2016 alcanzando los 65.000 millones de dólares, es un mercado fuerte y con buen crecimiento especialmente en países como Brasil, Argentina, México y Colombia.

Al igual que crece el mercado crece la demanda de profesionales cualificados dentro del sector. Un visitador médico es una figura comercial compleja porque el entorno en el que se mueve es muy complejo. Es imprescindible conocer bien la estructura del mercado, el sistema sanitario en el que se va a mover, los organismos reguladores de precios de los medicamentos y los stakeholders o cliente clave a los que dirigirse, así como técnicas de ventas adaptadas al sector y consejos para elaborar un buen CV que capte la atención de los headhunters.

Este curso proporciona una visión global de la Industria Farmacéutica y de uno de sus perfiles más demandados, el de Visitador Médico.

La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

Trabajar con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Objetivos del curso:

- Conocer el sector de la Industria Farmacéutica para ponernos en contexto sobre la importancia del sector y su alta empleabilidad en el mundo.
- Qué es un Visitador Médico. Cuáles son sus funciones principales. Qué competencias debe tener todo visitador médico.
- Obtener una visión de los distintos modelos de sistemas sanitarios y de las agencias reguladoras de medicamentos.
- Diferenciar y saber cómo segmentar los distintos clientes o stakeholders que podemos encontrarnos para realizar nuestra actividad.
- Cómo preparar estrategias adaptadas a cada uno de los stakeholders de la Industria Farmacéutica.
- Conocer la complejidad de la venta en la Industria Farmacéutica.
- Qué es el Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica. Cuáles son sus objetivos, funciones, valores y competencias.
- Cómo elaborar un buen CV que nos permita encontrar empleo en el sector.

“ Conozca de manera práctica qué es un visitador médico, cuáles son sus funciones principales y qué competencias debe tener”

Dirigido a:

Todos aquellos profesionales o personas interesadas en este sector que quieran adquirir los conocimientos prácticos necesarios en técnicas de venta para ejercer de visitador médico.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

8 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La industria farmacéutica

4 horas

La Industria Farmacéutica es un sector empresarial dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de productos químicos medicinales para el tratamiento y prevención de enfermedades. Su actividad afecta directamente a la salud humana, por lo que esta industria está sujeta a una gran variedad de leyes y reglamentos con respecto a las investigaciones, patentes, pruebas y comercialización de los fármacos.

1.1. La Industria Farmacéutica:

- 1.1.1. Historia de la Industria Farmacéutica.
- 1.1.2. La Industria Farmacéutica como motor económico:
 - 1.1.2.1. Empleabilidad.
 - 1.1.2.2. Dinamizador de la investigación pública.
- 1.1.3. Retos actuales de la I.F.

1.2. Laboratorios farmacéuticos:

- 1.2.1. Definición.
- 1.2.2. Tipos de laboratorios.
- 1.2.3. Top Ten de los laboratorios mundiales.

1.3. Estructura de un laboratorio farmacéutico:

- 1.3.1. Dirección General.
- 1.3.2. Dirección Comercial.
- 1.3.3. Dirección Médica.
- 1.3.4. RRHH.
- 1.3.5. Finanzas.
- 1.3.6. Marketing.

MÓDULO 2. La visita médica

5 horas

La visita médica es un conjunto ordenado de actividades que el visitador médico realiza para informar al profesional sanitario acerca de las características, ventajas y beneficios de los productos farmacéuticos que promociona, asumiendo la responsabilidad de proporcionar información técnico-científica para su valoración.

El visitador médico es la única figura legal que puede promocionar medicamentos.

2.1. La figura del Visitador Médico:

- 2.1.1. Historia de la visita médica.

- 2.1.2. La visita médica en la actualidad.
- 2.1.3. Funciones de un visitador médico:
 - 2.1.3.1. La selección y clasificación de médicos y clientes.
 - 2.1.3.2. Visitas médicas.
 - 2.1.3.3. Planificación y análisis de visitas.
 - 2.1.3.4. Visitas a los profesionales sanitarios.
 - 2.1.3.5. Relaciones con los clientes.
 - 2.1.3.6. Reuniones.
 - 2.1.3.7. Gestión del presupuesto.
 - 2.1.3.8. Visitar las farmacias.
 - 2.1.3.9. Transmitir la información sobre el mercado y la competencia al departamento de marketing.
 - 2.1.3.10. Tareas administrativas.
- 2.1.4. Competencias de un visitador médico.
- 2.2. Tipos de visitadores médicos:**
 - 2.2.1. Visitadores farmacéuticos.
 - 2.2.2. Visitadores médicos de A.P.
 - 2.2.3. Visitadores médicos especialistas.
 - 2.2.4. Visitadores de Medical Devices.
 - 2.2.5. Regional Account Manager (RAM).
 - 2.2.6. Key Account Manager (KAM).

MÓDULO 3. Modelos de sistemas sanitarios

3 horas

La Organización Mundial de la Salud define un sistema sanitario como un complejo de elementos interrelacionados que contribuyen a la salud en los hogares, los lugares de trabajo, los lugares públicos y las comunidades, así como en el medio ambiente físico y psicosocial, y en el sector salud y otros sectores afines.

Las características de cada uno de los sistemas de salud para la Industria Farmacéutica es clave, ya que marcarán la estrategia que debemos seguir como compañía para conseguir el acceso de nuestros productos al mercado.

- 3.1. Introducción a los sistemas sanitarios:**
 - 3.1.1. Concepto de sistema sanitario.
- 3.2. Tipos de sistemas sanitarios:**
 - 3.2.1. El entorno de los sistemas sanitarios.
 - 3.2.2. En un sistema sanitario podemos distinguir cuatro formas de financiación:
 - 3.2.2.1. Modelo liberal.
 - 3.2.2.2. Seguros voluntarios.

- 3.2.2.3. Seguros sociales obligatorios.
- 3.2.2.4. Servicio Nacional de Salud.

MÓDULO 4. Agencias reguladoras y ciclo de vida de un medicamento

4 horas

La salud pública y el bienestar de los ciudadanos son el objetivo fundamental que guía todas las actuaciones de las agencias reguladoras.

4.1. Agencias Reguladoras de Medicamentos y Productos Sanitarios:

- 4.1.1. Funciones.
- 4.1.2. Agencias reguladoras en el mundo:
 - 4.1.2.1. FDA: Food and Drugs Administration (agencia americana).
 - 4.1.2.2. EMA: Agencia Europea de Medicamentos.
 - 4.1.2.3. AEM: Agencia Española de Medicamentos.
 - 4.1.2.4. Otras agencias reguladoras.

4.2. Ciclo de vida de un medicamento:

- 4.2.1. Las etapas de investigación de un medicamento:
 - 4.2.1.1. Investigación básica.
 - 4.2.1.2. Estudios preclínicos.
 - 4.2.1.3. Ensayos clínicos.
- 4.2.2. Registro y autorización de las autoridades.
- 4.2.3. Comercialización.

4.3. El acceso a medicamentos en situaciones especiales:

- 4.3.1. Uso de medicamentos en investigación.
- 4.3.2. Uso de medicamentos en condiciones diferentes a las autorizadas.
- 4.3.3. Acceso a medicamentos extranjeros.

MÓDULO 5. Stakeholders de la industria farmacéutica

3 horas

Todos los mercados de consumo tienen un cliente objetivo. Por sus características específicas el sector salud ha destacado por el elevado número de interlocutores (stakeholders) que intervienen en el proceso de toma de decisiones.

El pagador, decisor, prescriptor y consumidor final son distintos y todos ellos tienen peso en que el producto que tenemos entre manos sea o no exitoso. La labor de la Industria Farmacéutica es que todos ellos sean atendidos, escuchados y trabajados por igual desde el departamento pertinente.

5.1. Introducción.

5.2. Definición de stakeholder.

5.3. Clasificación de los stakeholders según la influencia:

5.3.1. Funciones de las distintas figuras.

5.4. Abordaje de los stakeholders según su grado de poder e interés:

5.4.1. Interacciones con los stakeholders.

MÓDULO 6. La venta en la industria farmacéutica

4 horas

La venta en la Industria Farmacéutica es distinta a lo que entendemos por venta. Excepto para el visitador de farmacias, para el resto no es una venta directa sino una venta por prescripción. Se divide en distintas fases y según el ciclo de vida del fármaco las aplicaremos de un modo u otro, haciendo hincapié en una fase más que en otra o, incluso, saltándonos alguna.

6.1. Introducción.

6.2. La venta y sus fases:

6.2.1. Planificación.

6.2.2. Acercamiento al cliente:

6.2.2.1. Sondeo. Detección de necesidades.

6.2.2.2. Tipo y cantidad de preguntas.

6.2.2.3. Interés y empatía.

6.2.3. Argumentación.

6.2.4. Manejo de objeciones:

6.2.4.1. Tipos de objeciones.

6.2.4.2. ¿Cómo solventar las objeciones?

6.2.5. Cierre de la visita.

6.2.6. Seguimiento del acuerdo.

MÓDULO 7. Código de Buenas Prácticas de la industria farmacéutica

4 horas

Las actividades relacionadas con la promoción de medicamentos están profundamente legisladas, tanto a nivel nacional como internacional. Existen numerosos y extensos códigos de buenas prácticas, aprobados por la Industria Farmacéutica, muy interesada en autorregular sus relaciones con los profesionales sanitarios, las organizaciones públicas y las asociaciones de pacientes.

7.1. Introducción.

7.2. Qué es el Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica:

7.2.1. Funciones.

7.2.2. Valores.

7.2.3. Competencias.

7.3. Disposiciones del código (artículo 1-34):

7.3.1. Información que facilitar de medicamentos.

7.3.2. Aceptabilidad del material promocional.

7.3.3. Transparencia en la promoción de medicamentos.

7.3.4. Distribución de material promocional de medicamentos.

MÓDULO 8. Búsqueda de empleo en la industria farmacéutica

3 horas

8.1. Introducción.

8.2. ¿Dónde se publican las ofertas de empleo?

8.2.1. Páginas web de los laboratorios.

8.2.2. Portales de empleo.

8.2.3. LinkedIn.

8.3. Elaborar un buen CV.

8.4. Networking:

8.4.1. ¿Qué es el Networking?

Autor



Leyre Irigoyen

Doctora en Ciencias con más de 14 años de experiencia en la industria farmacéutica trabajando en ventas como especialista, KAM y gerente de áreas especializadas (oncología, radioterapia, hematología... entre otras), unidades de dolor, medicina interna y farmacia hospitalaria.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

