

Grado en: Farmacia		
Nombre de la asignatura optativa propuesta: Marketing Farmacéutico		
Créditos totales: 4,5	Teóricos: 1,5	Prácticos: 3,0
<i>Interés de la asignatura dentro del Grado en Farmacia:</i> El farmacéutico del siglo XXI además de poseer conocimientos científico-técnicos, debe tener una comprensión del entorno empresarial y comercial en el que desarrollará su carrera profesional. El marketing es un conjunto de estrategias orientadas a identificar, crear, comunicar y entregar valor a los clientes, las empresas y la sociedad. Su objetivo es satisfacer a la demanda (clientes) y empresas de forma rentable y sostenible. Incluir una asignatura de “Marketing Farmacéutico” en la formación académica es importante porque: 1. Enlazará la formación farmacológica y de tecnología farmacéutica con su aplicación comercial, enriqueciendo la comprensión del ciclo de vida de los servicios farmacéuticos. 2. Permitirá que el futuro farmacéutico se prepare para identificar, crear y comunicar el valor real de su actividad técnica y social en un mundo totalmente mercantilizado, enfocado al beneficio económico y en redes de comunicación y servicio complejas y muy variables. La asignatura de Marketing Farmacéutico: 1. Preparará al estudiante para conocer, comprender y adoptar roles emergentes relacionados con la comercialización de servicios farmacéuticos, la gestión de productos, el acceso al mercado o la consultoría en salud, donde el marketing es la herramienta fundamental. 2. Proporcionará conocimientos prácticos para desenvolverse en contextos reales de competencia, negociación, gestión de clientes y lanzamiento de productos. 3. Favorecerá una mentalidad proactiva y orientada al mercado, muy valorada por empresas del sector salud, biotecnología y distribución farmacéutica. 4. Permitirá identificar claves para mejorar la comunicación con los profesionales sanitarios y segmentar adecuadamente los públicos (pacientes, médicos, farmacéuticos). 5. Ayudará a conocer cómo optimizar los recursos empresariales mediante el uso de estrategias de posicionamiento, diferenciación y fidelización de productos en mercados altamente regulados. El enfoque que se propone para la asignatura es esencialmente práctico. Priorizará las prácticas porque el desarrollo de competencias clave requiere aplicación real. En marketing, tomar decisiones implica analizar datos comerciales y considerar los casos específicos del sector farmacéutico. Así, se formará al estudiante para que pueda enfrentarse a la realidad dinámica de la comercialización de los servicios farmacéuticos.		