



UTEPSA
— **POSTGRADO**
Business School

DIPLOMADO EN

**GERENCIA COMERCIAL
FARMACEÚTICA**



www.utepsa.edu





UTEPSA
— POSTGRADO





// Transformación
integral
para líderes
emprendedores
con visión
internacional //



PRESENTACIÓN

La Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz, fue fundada el 9 de septiembre de 1994, en la pujante y dinámica ciudad de Santa Cruz de la Sierra, capital del Departamento de Santa Cruz – Bolivia. Casi con 30 años de creación, hoy es reconocida y referenciada por su excelencia académica, investigación, emprendimiento, innovación tecnológica e impacto en el bienestar de la comunidad.

Dentro su estructura, se encuentra la Dirección de Postgrado, que obtuvo su autorización por parte del Ministerio de Educación, a través, de la RS No 228/2000, para la apertura de cursos especializados de formación Postgradual, lo que quiere decir, que tiene más de 20 años de experiencia académica y administrativa.

El objetivo de esta Dirección, es profundizar en la formación de los profesionales del ámbito tecnológico, económico, jurídico, social y humanístico; para que mejoren sus competencias laborales y personales en beneficio y desarrollo de la sociedad.

La Dirección de Postgrado de Utepsa, está organizada en cuatro áreas de formación: Business School, que está relacionada a programas de las ciencias económicas y administrativas; Tech School, con programas y proyectos de ingeniería y tecnología; Law School, para programas de las ciencias jurídicas; y finalmente, el área de formación de Sociales y Humanísticas, con programas de formación en educación superior y psicología.

Nuestra misión se resume en:

Transformación integral de líderes innovadores con visión internacional.

Con relación a los ejes competitivos, que son los ejes transversales para toda la oferta de sus áreas de formación y de la misma gestión del Postgrado, se definen como:

Innovación, Internacionalización y Liderazgo.

Por otro lado, conscientes de nuestro compromiso con la sociedad y con los últimos cambios y efectos mundiales, proponemos programas con acceso muy inclusivo socioeconómicamente para nuestra comunidad, buscando firmemente la excelencia académica, bajo las bases sólidas de nuestra visión y misión institucional.



OBJETIVOS DEL PROGRAMA

OBJETIVO GENERAL:

“Desarrollar habilidades directivas, técnicas y emocionales con respecto a la dirección estratégica y operativa de la comercialización de producto y/o servicios del sector farmacéutico”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Comprender la forma apropiada de dirigir un departamento de ventas.
- Comprender las principales técnicas de planificación, organización, dirección y evaluación de la fuerza de ventas en empresas del sector farmacéutico.
- Diseñar estrategias de distribución y nuevas formas de ventas en empresas del sector farmacéutico.
- Mejorar sus habilidades y técnicas de venta y negociación.
- Diseñar un plan estratégico de ventas para el sector farmacéutico.

PROGRAMA

- **MÓDULO 1**
DIRECCIÓN DE VENTAS I

- Introducción a la administración de ventas. Administración de las relaciones con los clientes CRM. Pronósticos y presupuestos de ventas. Aplicaciones prácticas en el sector farmacéutico.

- **MÓDULO 2**
DIRECCIÓN DE VENTAS II

- Organización de la fuerza de ventas en empresas farmacéuticas. Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas. Mantenimiento y desarrollo de la fuerza de ventas. Análisis del volumen, costos y rentabilidad de las ventas. Principales problemas del sector farmacéutico. Soluciones prácticas.

- **MÓDULO 3**
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

- Conceptos fundamentales. Funciones de los canales de distribución. Estructura de los canales de distribución en el sector farmacéutico. Método de venta y formas comerciales minoristas. Promoción de ventas en empresas de sector farmacéutico. Casos de éxito.

- **MÓDULO 4**
INTERNET, COMERCIO ELECTRÓNICO Y VENTAS

- Internet y el comercio electrónico. Tipología del comercio electrónico en el sector farmacéutico. Gestión de las relaciones en el canal de distribución. Contribución de un sitio web al marketing mix del sector. Redes sociales y su aplicación al sector farmacéutico

- **MÓDULO 5**
TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y VENTAS

- Conceptos principales de la negociación. Técnicas de negociación. Principios en la negociación. Técnicas de ventas en el sector farmacéutico. Rol Play, simulaciones reales y casos prácticos.



MODALIDAD

Virtual



ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE APRENDIZAJE

El aprendizaje centrado en el método de resolución de casos, se solicita a los estudiantes la realización de casos de estudio en los que se aborda una situación problemática. A través de la metodología de casos, los alumnos deben identificar mediante un diagnóstico de la situación actual el problema y buscar una solución creativa, desafiante y viable relacionada con los temas que se tratan en las materias del programa.



SISTEMA DE EVALUACIÓN

Para la evaluación final de cada módulo: además de las evaluaciones del proceso continuo, se efectuará una evaluación en la cual el estudiante deberá demostrar que ha logrado los niveles de competencia mínimos, establecidos en la asignatura.

Las modalidades de examen final de módulo pueden ser:

- Estudio y desarrollo de casos empresariales
- Elaboración de proyectos de desarrollo
- Otros similares según las características de la asignatura

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

Los requisitos necesarios son :

- Fotocopia legalizada del Título en Provisión Nacional o Diploma Académico
- Certificado de nacimiento original (actualizado)
- Fotocopia simple del carné de identidad
- 3 fotografías 3x4cm. fondo rojo y traje formal



CONTACTOS

 **69200356 / 69200357 /
69200358**

 **marketing.postgrado@utepsa.edu**

 **www.utepsa.edu**



Av. Noel Kempff Mercado N°715 - 3er. Anillo Interno, entre

Av. Busch y Av. San Martín, Santa Cruz - Bolivia



UTEPSA
— **POSTGRADO**
Business School

www.utepsa.edu