



DIPLOMADO EN:

GERENCIA COMERCIAL FARMACÉUTICA

SERVICIO DE CALIDAD »
EXPERIENCIA SATISFACTORIA »
MEJORA CONTINUA »



ISO
21001:2018
Sistema de
Gestión



UTEPSA
— POSTGRADO

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. 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.

FILOSOFÍA DE POSTGRADO:

MISIÓN:

“Somos una universidad que forma profesionales y personas íntegras, competentes, emprendedores e innovadores, que genera conocimiento y soluciones a través de la investigación y la aplicación de tecnología para contribuir al desarrollo sostenible de su entorno y la comunidad global”

VISIÓN:

“Ser una universidad referente y reconocida a nivel nacional e internacional por su excelencia académica, investigación, emprendimiento, innovación tecnológica e impacto en el bienestar de la comunidad”

POLÍTICA DE CALIDAD:

Alineados a nuestra razón de ser y enfocados hacia dónde queremos llegar, se implementa el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) para la Dirección de Postgrado según los requisitos de la Norma ISO 21001:2018 comprometiéndonos a:

- a)** Brindar programas de Maestría y Diplomado a través de un servicio de calidad, generando una experiencia satisfactoria en los estudiantes, docentes y otras partes interesadas cumpliendo con sus requisitos y expectativas.
- b)** Mejorar continuamente el desempeño de los procesos y la calidad de los servicios académicos y administrativos, considerando los desarrollos educativos, científicos, técnicos y tecnológicos pertinentes.
- c)** Satisfacer y cumplir las directrices de responsabilidad social establecidos por la UTEPSA, integrándolos en los diferentes procesos del SGC.
- d)** Gestionar la propiedad intelectual resultante de los procesos de enseñanza aprendizaje e investigación.
- e)** Cumplir los requisitos legales y reglamentarios vigentes aplicables a nuestra institución, así como los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad.

PERFIL DE INGRESO:

El Diplomado en Gerencia Comercial farmacéutica está dirigido a profesionales de las áreas de Ingeniería Comercial, Marketing, Administración de empresas, y Ciencias de la Salud que desempeñan roles de directivos de ventas, planificación estratégica y negociación en la industria farmacéutica, como también a gerentes supervisores y emprendedores que buscan mejorar sus habilidades de liderazgo, uso de tecnologías y diseño de estrategias comerciales potenciando su desarrollo profesional.



PERFIL DE EGRESO:

Profesional altamente competente que destacará por su alta competencia en la gestión integral del sector farmacéutico. Tendrá la capacidad de liderar y gestionar estratégicamente operaciones comerciales, aplicando conocimientos especializados, habilidades gerenciales y valores éticos con un firme compromiso hacia la obtención de resultados. Actuará como promotor del desarrollo económico del área, fortaleciendo capacidades para la toma de decisiones fundamentadas y el diseño e implementación de políticas, programas y proyectos en el ámbito público o privado. Además, su sensibilidad y conocimiento del entorno cambiante lo posicionarán como un profesional adaptativo y orientado al avance del sector farmacéutico en Bolivia.

Conocimientos:

- Estrategias comerciales aplicadas al sector farmacéutico.
- Regulaciones y normativas del mercado farmacéutico boliviano.
- Retail farmacéutico y trade marketing.
- Planificación estratégica y rentabilización de operaciones comerciales.

Habilidades:

- Liderazgo y toma de decisiones estratégicas.
- Diseño e implementación de políticas y proyectos.
- Negociación efectiva en el sector farmacéutico.
- Adaptabilidad a entornos cambiantes y dinámicas del mercado.

Valores y actitudes:

- Compromiso ético y responsabilidad social.
- Orientación a resultados y mejora continua.
- Sensibilidad hacia el bienestar social y el desarrollo sostenible.

CONTENIDO DEL PROGRAMA:

MÓDULO	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	CONTENIDOS MÍNIMOS
1	Dirección Comercial Farmacéutica	Estrategia Comercial. Liderazgo, Aspectos regulatorios bolivianos.
2	Planeación Comercial Farmacéutica	Planificación estratégica Comercial, indicadores clave de rendimiento.
3	Marketing Farmacéutico	Gestión del Portafolio, Estrategia de Precio y políticas regulatorias en Bolivia, Canales de distribución, optimización Retail, Campañas para farmacias y médicos.
4	Estrategia De Retail Farmacéutico	Diseño y gestión de categorías en Farmacia, Trademarketing, Ruteo y Optimización logística en distribución. Análisis del comportamiento del consumidor.
5	Comercio Electrónico Y Marketing Digital	Gestión de Plataforma de e-commerce farmacéutico, uso de redes y campañas digitales, para productos regulados, regulaciones para las ventas ion line de medicamentos en Bolivia.
6	Técnicas De Negociación Y Ventas Farmacéutica	Negociación Efectiva, (Proveedores, farmacias, mayorista), Diseño estrategia de Trade marketing para mercados regulados, Planificación Incentivos Fuerza de Ventas, Solución de Conflictos comerciales sen cadenas de distribución.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE APRENDIZAJE

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Las estrategias de aprendizaje serán elegidas por los docentes en función a los resultados de aprendizaje esperados en cada módulo. Dentro del desarrollo del programa académico se consideran las siguientes metodologías:

- **Método de Análisis y Solución de Casos**, que permite guiar a los estudiantes hacia la construcción de su propio aprendizaje, poniendo en práctica los conocimientos, habilidades, actitudes y valores adquiridos para analizar, diagnosticar y proponer soluciones en diferentes ámbitos.
- **Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)**, con enfoque en problemas reales con actividades que aborden problemas auténticos y desafiantes del entorno y que involucren a la comunidad con visión de servicio.
- **Cuestionarios** que promuevan el pensamiento crítico a través de preguntas abiertas y/o que requieran análisis profundo y razonamiento crítico para ser resueltas.
- **Aprendizaje Colaborativo**, con actividades que permitan a los estudiantes trabajar juntos, debatir ideas y compartir diferentes perspectivas para llegar a soluciones. Integrar actividades en las que los estudiantes asuman roles de liderazgo en equipos o proyectos, desarrollando habilidades de comunicación.
- **Actividades de investigación**, que requieran que los estudiantes investiguen y recopilen información por sí mismos de diferentes fuentes.
- **Promover el uso estratégico de la tecnología**, integrándola de manera selectiva para enriquecer las actividades, más allá de solo la búsqueda de información.
- **Debates y/o Foros**, para estimular el análisis, creando situaciones donde los estudiantes deban discutir, analizar y justificar sus opiniones, promoviendo el diálogo y el pensamiento crítico.
- **Desarrollo de proyectos**, que requieran una propuesta de proyectos, desafíos o propuestas emprendedoras basadas en oportunidades identificadas en el entorno.

Que desarrolle actividades de planificación, ejecución y control secuencial, como investigaciones a largo plazo o proyectos.

- **Exposiciones,** en las que los estudiantes exponen y fundamentan los resultados de sus aprendizajes utilizando comunicación asertiva, demostrando elocuencia y seguridad.
- **Análisis críticos de lecturas** que permita interpretar y profundizar el contenido estudiado.

RECURSOS DE APRENDIZAJE

Los recursos de aprendizaje utilizados para el presente programa académico son:

- Aulas equipadas
- Programa de videoconferencia
- Plataforma educativa
- Recursos bibliográficos (físicos en la biblioteca de la universidad y digitales a través de la biblioteca virtual E-Libros)
- Conferencias y MasterClass
- Software y/o simuladores tecnológicos



MODALIDAD Y ASISTENCIA:

El programa académico se organiza en función de los siguientes parámetros de ejecución:

a) Régimen de estudio: **Modular**

b) Modalidad de estudio: **Presencial**

En modalidad presencial: La asistencia a clases debe ser de mínimamente el 75% del total de encuentros del programa y demás actividades académicas, como ser clases teóricas, prácticas, visitas técnicas u otras programadas de acuerdo con el calendario y horarios establecidos.

En modalidad virtual: La asistencia a clases debe ser de mínimamente el 85% del total de encuentros del programa con cámara encendida.



SISTEMA DE EVALUACIÓN:

El docente planifica e implementa actividades de evaluación continua acorde a los resultados de aprendizaje (conocimiento, habilidades, actitudes y valores) que se requieren alcanzar, de acuerdo con los siguientes lineamientos:

- **Evaluación formativa:** Aplicación de casos de estudio, prácticas de laboratorio, análisis basado en problemas, evaluaciones para determinar el nivel de aprovechamiento individual, otros. El aporte del maestrante es fundamental a través de su presencia, ideas, experiencias, opiniones y valoración crítica del material de estudio.
- **Evaluación sumativa:** Desarrollo de proyectos de aplicación / desarrollo / investigación, otros.

Las ponderaciones de la evaluación sumativa cumplen las orientaciones de los reglamentos internos de la Universidad y del Reglamento General de Universidades Privadas vigente, siendo la calificación mínima de aprobación 71 puntos sobre 100.

De acuerdo con los métodos de evaluación planificados por el docente, las ponderaciones asignadas pueden calificarse dentro de la siguiente escala de ponderación, debiendo ser la sumatoria final 100 puntos.

Ponderación (calificación) obtenida	Nivel de Competencia Equivalente
100	Excelente
90 a 99	Sobresaliente
80 a 89	Aceptable
71 a 79	Suficiente
61 a 70	Insuficiente
Menos de 61	Deficiente

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