



Programa
Cíclico 

Visitador Médico

Fórmate en el Primer Instituto de Salud.

Duración: **5 Meses**

MÓDULOS

I Gestión del Marketing

- El Marketing, definiciones y principales teorías.
- Evolución del marketing, visión y objetivos.
- Las mezclas de Marketing: 4 Ps, 7 Ps y 4 Cs.
- Las empresas y el marketing como herramienta de crecimiento / P1.
- Las mezclas de Marketing: 4 Ps, 7 Ps y 4 Cs.
- Comportamiento del consumidor. Tipos de clientes.
- El target y su posicionamiento en el nuevo concepto del marketing moderno.
- La venta, tipos de venta y su proceso.
- La comunicación. Elementos básicos. Comunicación verbal y no verbal / P4.
- La comunicación comercial. Tipos y estrategias de comunicación.
- El precio y su importancia en el marketing comercial como valor monetario.
- Gestión del marketing comercial.
- El plan de marketing.
- El desarrollo de productos. Servicios y marcas / P6.
- El branding en el contexto del marketing comercial.
- Merchandising en el punto de venta / P7.
- Marketing digital: Redes sociales, web, youtube y métricas.

II Anatomía y Salud

- Anatomía humana: Revisión general de los principales aparatos y sistemas.
- Fisiología general: El organismo: Composición, niveles de organización. Homeostasis y tejidos principales del organismo: Epitelial, conectivo, muscular y nervioso.
- Farmacología: Definición, ramas y origen de los medicamentos.
- Farmacocinética y farmacodinámica (liberación, adsorción, distribución, metabolismo y eliminación). Formas farmacéuticas, posología, RAM e interacciones farmacológicas.
- Infecciones virales: Clasificación, características, Principales enfermedades que producen.
- Infecciones bacterianas: Clasificación. características. principales enfermedades que producen.
- Enfermedades neoplásicas: Definición, clasificación, factores de riesgo, marcadores tumorales.
- Terapia farmacológica de las principales patologías del sistema gastrointestinal: Gastritis, dispepsia, úlcera y reflujo gastroesofágico.

II Anatomía y Salud

- Terapia farmacológica de las patologías hepáticas y biliares.
- Cardiopatía isquémica: Angina de pecho e infarto de miocardio agudo: Definición, etiología, clínica, diagnóstico y tratamiento.
- Hipertensión arterial. Definición, clasificación, clínica, diagnóstico y tratamiento.
- Insuficiencia venosa: Várices. Definición, tipos, clínica, diagnóstico y tratamiento.
- Infecciones respiratorias agudas: Rinofaringitis, amigdalitis, bronquitis.
- EPOC, Asma bronquial, diagnóstico y tratamiento.
- TBC y neumonías. Clínica, diagnóstico y tratamiento.
- Terapia farmacológica de las patologías urinarias: Infecciones del tracto urinario y prostatitis.
- Litiasis urinaria y hemodiálisis.
- Diabetes mellitus: insulina e hipoglicemiantes orales.
- Patología tiroidea: Hiper e hipotiroidismo.

III Marketing Farmacéutico y de Salud

- Fundamentos del MKT farmacéutico y MKT de salud.
- Características del MKT farmacéutico y MKT de salud.
- Certificación de la calidad de los medicamentos.
- Servicios y procedimientos médicos: análisis de laboratorio, tomografía, resonancia, ecografía y otros.
- Propiedad industrial.
- Segmentación del mercado farmacéutico.
- Como ser un representante profesional farmacéutico.
- Los estilos del comportamiento del médico y normatividad de clínicas y hospitales.
- Preparándose para ser un representante exitoso, y como traspasar la sala de espera de un consultorio
- Características y beneficios de los productos farmacéuticos, como utilizarlas en el campo farmacéutico.
- Proceso de ventas de productos farmacéuticos y productos de salud.
- Clínica de ventas.
- Promoción en clínicas, hospitales y farmacias, sus objetivos y sus obligaciones.

El programa por ser cíclico, cada módulo es independiente y usted podrá compartirlo con alumnos que ya se encuentran llevando módulos anteriores. Usted llevará de manera consecutiva sus 05 módulos.

Modalidad:
Presencial

Duración:
5 Meses

Oportunidad Laboral:

Venta de medicamentos y equipos médicos



Droguerías



Representante de venta de productos farmacéuticos

