



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

► BROCHURE
CURSO DE
MERCHANDISING
FARMACÉUTICA



 www.iseie.com

03

CURSO DE MERCHANDISING FARMACÉUTICA

04

POR QUÉ REALIZAR EL CURSO

05

OBJETIVOS

06

PARA QUÉ TE PREPARA EL CURSO

07

DISEÑO Y CONTENIDO

08

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

09

TITULACIÓN PROPIA

10

TRABAJO DE FIN DEL CURSO

11

CONTENIDO DEL CURSO

14

UBICACIÓN Y CONTACTO



CURSO DE MERCHANDISING FARMACÉUTICA

Nuestro Curso de Merchandising Farmacéutico ofrece una formación especializada y actualizada sobre las técnicas más efectivas para optimizar el punto de venta en farmacias y establecimientos de salud. A través de un enfoque integral que abarca desde los fundamentos del visual merchandising hasta la aplicación de estrategias digitales, sensoriales y promocionales, este programa permite comprender cómo influye la presentación, organización y experiencia del cliente en la rentabilidad del espacio comercial farmacéutico.

En un contexto donde la farmacia evoluciona como un espacio de atención personalizada, promoción de la salud y canal de distribución comercial, dominar las herramientas del merchandising se vuelve esencial para atraer, orientar y fidelizar a los clientes, mejorar la gestión del surtido y potenciar las ventas de productos farmacéuticos y parafarmacéuticos.



ISEIE INNOVATION SCHOOL



POR QUÉ REALIZAR EL CURSO



El realizar un curso eleva el conocimiento y nivel académico de la persona, convirtiéndola en un elemento fundamental dentro de un esquema de trabajo; su trascendencia radica en el desarrollo de competencias adicionales que adquiere, su proceso formativo se vuelve más sólido y por ende se convierte en un candidato más atractivo para cubrir un puesto preponderante.



Te brinda la oportunidad de adquirir conocimientos actualizados y estar al tanto de las últimas tendencias y avances en tu área de interés. Realizar un curso en un área que te apasiona puede brindarte una gran satisfacción personal. Te permite profundizar en un tema que te interesa y te da la oportunidad de contribuir de manera significativa en ese campo.



OBJETIVOS



Los estudios de postgrado consisten no solo en adquirir conocimientos por parte del participante.



Sino que estos queden supeditados al desarrollo de una serie de competencias en función de los perfiles académicos y los correspondientes perfiles profesionales.



Nuestra función es centrar los objetivos de este programa y los diferentes módulos que lo conforman no solamente en la simple acumulación de conocimientos.



Conocimientos sino también en las hard skills y soft skills que permitan a los profesionales desempeñar su labor de forma exitosa en este mundo laboral en constante evolución.

PARA QUÉ TE PREPARA EL CURSO

A

Aplicar principios de diseño comercial, organización estratégica del punto de venta y comunicación visual dentro del entorno farmacéutico.

B

Implementar estrategias de visual merchandising, sensorial y digital, adaptadas a las tendencias del consumidor actual.

C

Evaluar el impacto del merchandising mediante indicadores clave de rendimiento (KPIs).

D

Integrar prácticas de gestión del producto, promociones, experiencia del cliente y cumplimiento ético y legal en el entorno regulado de la farmacia.

E

Diseñar planes de acción para optimizar el espacio, rotación, presentación y rentabilidad del punto de venta.



DISEÑO Y CONTENIDO

01

Para el diseño del Plan de estudios de este curso, ISEIE Innovation School ha seguido las directrices del equipo docente, el cual ha sido el encargado de seleccionar la información con la que posteriormente se ha constituido el plan de estudio



02

De esta forma, el profesional que acceda al programa encontrará el contenido más vanguardista y exhaustivo relacionado con el uso de procesos innovadores y altamente eficaces, conforme a las necesidades y problemáticas actuales,



Buscando la integración de conocimientos académicos y de formación profesional, en un ambiente competitivo y globalizado. Todo ello a través de cada uno de sus módulos de estudio presentado en un cómodo y accesible formato 100% online.



03



El empleo de la metodología Relearning en el desarrollo de este programa te permitirá fortalecer y enriquecer tus conocimientos y hacer que perduren en el tiempo a base de una reiteración de contenidos.

04

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a nuestro curso debes cumplir con los siguientes requisitos:



Documento de identidad



Correo electrónico

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Profesionales farmacéuticos (titulares, adjuntos o auxiliares) que deseen actualizar sus competencias en marketing y gestión del punto de venta. Gerentes y responsables comerciales de farmacias y cadenas farmacéuticas. Estudiantes de farmacia o marketing farmacéutico interesados en la gestión comercial de farmacias.

Consultores, visitadores médicos, agentes de ventas o personal vinculado al canal farmacia que deseen entender el rol estratégico del merchandising. Emprendedores y profesionales del sector salud que busquen mejorar la experiencia de cliente y la rentabilidad de sus puntos de venta.



TITULACIÓN PROPIA



Al concluir el curso los participantes serán galardonados con una titulación propia otorgada por ISEIE Innovation School. Esta titulación se encuentra respaldada por una certificación que equivale a 4 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) y representa un total de 100 horas de dedicación al estudio.



Esta titulación no solo enriquecerá su imagen y credibilidad ante potenciales clientes, sino que reforzará significativamente su perfil profesional en el ámbito laboral. Al presentar esta certificación, podrá demostrar de manera concreta y verificable su nivel de conocimiento y competencia en el área temática del curso.



Esto resultará en un aumento de su empleabilidad, al hacerle destacar entre otros candidatos resaltando su compromiso con la mejora continua y el desarrollo profesional.



TRABAJO FINAL DEL CURSO

A

Una vez que haya completado satisfactoriamente todos los módulos del curso, deberá llevar a cabo un trabajo final en el cual deberá aplicar y demostrar los conocimientos que ha adquirido a lo largo del programa.

B

Este trabajo final suele ser una oportunidad para poner en práctica lo que ha aprendido y mostrar su comprensión y habilidades en el tema.

C

Puede tomar la forma de un proyecto, un informe, una presentación u otra tarea específica, dependiendo del contenido del curso y sus objetivos. Recuerde seguir las instrucciones proporcionadas y consultar con su instructor o profesor si tiene alguna pregunta sobre cómo abordar el trabajo final.



CONTENIDO CURSO DE MERCHANDISING FARMACÉUTICA

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MERCHANDISING FARMACÉUTICA

- 1.1. Conceptos básicos de merchandising
- 1.2. Importancia del merchandising en la industria farmacéutica
- 1.3. Aspectos generales sobre merchandising
- 1.4. El merchandising se adapta a la evolución tecnológica

MÓDULO 2. ANÁLISIS DEL PUNTO DE VENTA FARMACÉUTICO

- 2.1. Diseño y distribución del punto de venta
- 2.2. Análisis del comportamiento del consumidor en el punto de venta
- 2.3. Herramientas de medición y análisis del punto de venta
- 2.4. Mejora continua del punto de venta
- 2.5. Tendencias y nuevas tecnologías en el punto de venta farmacéutico

MÓDULO 3. VISUAL MERCHANDISING EN FARMACIAS

- 3.1. Diseño de escaparates y vitrinas
- 3.2. Distribución y exhibición de productos en el interior de la farmacia
- 3.3. Iluminación y color en el visual merchandising
- 3.4. Señalética y comunicación visual
- 3.5. Experiencia del cliente en el punto de venta
- 3.5. Estacionalidad y eventos especiales



MÓDULO 4. MERCHANDISING SENSORIAL EN FARMACIAS

- 4.1. Introducción al merchandising sensorial
- 4.2. Uso de los sentidos en el merchandising farmacéutico
 - 4.2.1 Estímulos visuales
 - 4.2.2 Estímulos auditivos
 - 4.2.3 Estímulos olfativos
- 4.5. Estímulos táctiles
- 4.6. Estímulos gustativos

MÓDULO 5. MERCHANDISING DIGITAL EN EL SECTOR FARMACÉUTICO

- 5.1. Introducción al merchandising digital
- 5.2. Estrategias de marketing digital
- 5.3. Diseño de tiendas en línea
- 5.4. Optimización de motores de búsqueda (SEO)
- 5.5. Experiencia del usuario en el entorno digital
 - 5.5. Analítica web y optimización de conversiones
- 5.6. Uso de herramientas digitales para la promoción y venta de productos farmacéuticos

MÓDULO 6. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE ESPACIOS EN EL PUNTO DE VENTA

- 6.1. Diseño de la distribución física
 - 6.1.2 Análisis del espacio disponible
 - 6.1.3 Zonificación
 - 6.1.4 Circulación



- 6.1.5 Diseño del mobiliario y estanterías
- 6.2. Visual Merchandising
 - 6.2.1 Diseño de escaparates
 - 6.2.2 Diseño de la disposición de producto
 - 6.2.3 Rotación de productos
- 6.3. Gestión del espacio
 - 6.3.1 Planificación de la capacidad
 - 6.3.2 Gestión del inventario
 - 6.3.3 Gestión de categorías
 - 6.3.4 Análisis del comportamiento del consumidor

MÓDULO 7. GESTIÓN DEL PRODUCTO EN EL PUNTO DE VENTA

- 7.1. Análisis de la demanda y tendencias de mercado
- 7.2. Gestión del inventario
- 7.3. Estrategias de precios y promociones
- 7.4. Etiquetado y presentación de productos
- 7.5. Estrategias de surtido y selección de productos
- 7.6. Rotación y caducidad de productos farmacéuticos

MÓDULO 8. TÉCNICAS DE MERCHANDISING PARA PROMOCIONES Y OFERTAS

- 8.1. Introducción al merchandising digital
- 8.2. Estrategias de marketing digital
- 8.3. Diseño de tiendas en línea
- 8.4. Optimización de motores de búsqueda (SEO)
- 8.5. Experiencia del usuario en el entorno digital
- 8.6. Analítica web y optimización de conversiones
- 8.7. Uso de herramientas digitales para la promoción y venta de productos farmacéuticos

MÓDULO 9. MERCHANDISING Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA FARMACIA

- 9.1. Diseño y ubicación de displays promocionales
- 9.2. Señalización y comunicación efectiva



- 9.3. Agrupación de productos complementarios
- 9.4. Promociones especiales y descuentos
- 9.5. Implementación de programas de fidelidad y recompensas

MÓDULO 10. EVALUACIÓN DEL MERCHANDISING FARMACÉUTICA

- 10.1. Análisis de la distribución del espacio en la farmacia
- 10.2. Evaluación de la exhibición de productos y promociones
- 10.3. Medición del impacto de las estrategias de merchandising
- 10.4. Evaluación de la efectividad de los materiales de comunicación
- 10.5. Evaluación de la experiencia del cliente
- 10.5. Métricas y KPIs para medir el éxito del merchandising
- 10.6. Análisis y mejora continua del merchandising en la farmacia

MÓDULO 11. ÉTICA Y LEGISLACIÓN EN EL MERCHANDISING FARMACÉUTICA

- 11.1. Marco legal y regulaciones en el merchandising farmacéutico
- 11.2. Ética y responsabilidad en el merchandising farmacéutico
- 11.3. Protección del consumidor y seguridad en el merchandising farmacéutico
- 11.4. Y confidencialidad y privacidad del cliente en el merchandising farmacéutico.

11.4. Y confidencialidad y privacidad del cliente en el merchandising farmacéutico

11.5. Ética en la relación con los proveedores y competidores

MÓDULO 12. TRABAJO FINAL CURSO




Nota: El contenido del programa académico puede estar sometido a ligeras modificaciones, en función de las actualizaciones o de las mejoras efectuadas.




ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

CONTÁCTANOS

 +34 960 25 47 46

 Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.

 www.iseie.com