



DATOS IDENTIFICATIVOS

Oficina de Farmacia, Estrutura dun Laboratorio Farmacéutico e dun Departamento Comercial, Marketing e Desenvolvemento de Fármacos

Materia	Oficina de Farmacia, Estrutura dun Laboratorio Farmacéutico e dun Departamento Comercial, Marketing e Desenvolvemento de Fármacos			
Código	O03M063V01102			
Titulación	Máster Universitario en Información Técnica do Medicamento			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Dpto. Externo Química analítica e alimentaria			
Coordinador/a	de la Montaña Miguélez, Julia María Dolores			
Profesorado	de la Montaña Miguélez, Julia María Dolores Pérez Lamela, María de la Concepción Rey Garrote, María			
Correo-e	jmontana@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	En esta materia se abordaran diferentes temas relacionados con la oficina de farmacia analizando dese la estructura del laboratorio farmacéutico hasta los procedimientos administrativos, legislativos y de funcionamiento de las mismas.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Conocimiento y comprensión de los elementos teóricos-prácticos que configuran el ejercicio de la actividad del profesional de la información técnica del medicamento
A2	Capacidad para identificar los diferentes elementos que actúan directamente sobre el ámbito de decisión en el campo de la visita médica desde sus múltiples perspectivas.
A3	Conocimiento de los requisitos, objetivos y marco informativo de las diferentes instituciones para, a partir del mismo, poder evaluar y analizar los aspectos que rodean a la visita médica.
A4	Capacidad para comprender de la evolución que ha seguido la profesión del visitador médico, sus actuales tendencias y las previsibles líneas de mejora
A5	Capacidad para identificar, comprender y aplicar los conceptos que integra la información técnica del medicamento
A6	Habilidad para distinguir las diferentes alternativas a los problemas que se le planteen, de modo que pueda proporcionar las soluciones más satisfactorias.
A7	Capacidad de destreza en el uso adecuado del vocabulario técnico en el ámbito de la visita médica
A8	Conocimiento en la aplicación de procedimientos y técnicas necesarias al desarrollo de la actividad de la visita médica
A9	Capacidad para analizar e interpretar la información, a la vez que elaborar informes y documentos científicos en los que desarrolle y emita sus propios juicios de valor con los formatos adecuados
A10	Capacidad para expresar adecuadamente los conocimientos adquiridos en el ámbito de la visita médica

B1	Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en los distintos aspectos que rodean a la información técnica del medicamento y a la visita médica
B3	Capacidad para comunicar sus conclusiones y los conocimientos técnicos sobre el medicamento y las razones últimas que los sustentan a públicos especializados sin ambigüedades, durante el transcurso del proceso de visita médica.
B4	Habilidades de aprendizaje que le permita continuar estudiando y actualizando conocimientos en torno a la información técnica del medicamento y al proceso de visita médica

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipología	Resultados de Formación e Aprendizaxe
1.-Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos a la practica.	saber facer	A1 B1
2.-Capacidad de análisis y de síntesis.	saber facer	A7 A9 A10 B3
3.-Planificación y gestión del tiempo	saber facer	A1 A5 B4
6.-Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando y aprendiendo de un modo autónomo	saber	A5 B4
7.-Tener y comprender conocimientos especializados en la materia	saber	A1 A3 A8 B1
9-Capacidad para resolver problemas de contorno farmacéutico relacionados con la información técnica del medicamento	saber facer	A6 A8 B1
10.-Saber utilizar las técnicas específicas de gestión y organización del contorno farmacéutico	saber facer	A8 B1
11.-Ser capaces de realizar búsquedas documentales sobre cualquier aspecto farmacéutico relacionado con la información técnica del medicamento	saber facer	A3 A4 A9 B1
12.-Capacidad de creación de contenidos farmacéuticos	saber facer	A2 A7 A9 B1
13.-Ser capaz de manejar fuentes en materia farmacéutica	saber facer	A3 A4 A9 B1
14.-Dominar el entorno virtual relacionado con el contorno farmacéutico	saber	A3 A4 A9 B1
15.-Conocer el entorno farmacéutico y las líneas relevantes del mundo farmacéutico con repercusión en la información técnica del medicamento	saber	A3 A4 B4
16.-Comprender los conceptos, técnicas del contorno farmacéutico	saber	A1 A5 A7 B1
17.-Adquirir capacidad de análisis y de razonamiento lógico, dialéctico y retórico	saber facer	A1 A7 A9 A10 B3
18.-Capacidad de organización y presentación de trabajos escritos	saber Saber estar / ser	A7 A9 A10 B3
19.-Capacidad de debate utilizando los conocimientos	saber Saber estar / ser	A9 A10 B3

Contidos

Tema

1.La farmacia	1.1.-Introducción. El modelo actual de farmacia en España 1.2.-Ministerio de Sanidad y Consumo 1.3.-La Agencia España del medicamento 1.4.-Ley de Cohesión y calidad del Sistema Nacional de Salud 1.5.-Papel de las CCAA. EL Consejo Interterritorial 1.6.-Nueva Ley del Medicamento. Anteproyecto de la Ley de Garantías y Uso Racional del medicamento
3.Estructura de un departamento Comercial-Marketing	3.1-Tipos de organización 3.2.-La organización del departamento comercial 3.3.-Marketing 3.4.-Modelos de fuerza de ventas
(*3.-*Marketing persoal	(*)
(*) 4.-Desarrollo de fármacos:	(*)4.1 Descubrir medicamentos y fases en el desarrollo de un fármaco 4.2 Ensayos clínicos y fármacos del futuro.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introductorias	0	1	1
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Estudos/actividades previos	0	45	45
Probos de tipo test	0	4	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introductorias	(*) Toma de contacto y aprendizaje del alumno en la plataforma virtual TEMA, que será la utilizada a lo largo del desarrollo de la materia: volcado de los temas, resolución de ejercicios, casos prácticos y realización del examen final.
Prácticas autónomas a través de TIC	Planteamiento, debate y exposición de conclusiones alcanzadas en ejercicios prácticos.
Estudos/actividades previos	Preparación de las evaluaciones

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas autónomas a través de TIC	El alumno dispondrá, a través de la plataforma TEMA de una atención personalizada del profesor, tanto en el seguimiento del aprendizaje como en la resolución de dudas sobre el contenido de los temas
Estudos/actividades previos	El alumno dispondrá, a través de la plataforma TEMA de una atención personalizada del profesor, tanto en el seguimiento del aprendizaje como en la resolución de dudas sobre el contenido de los temas
Actividades introductorias	El alumno dispondrá, a través de la plataforma TEMA de una atención personalizada del profesor, tanto en el seguimiento del aprendizaje como en la resolución de dudas sobre el contenido de los temas

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Probos de tipo test	Prueba de evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso). Los alumnos seleccionan una única respuesta entre un número limitado de posibilidades.	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

El examen/prueba correspondiente a la segunda convocatoria seguirá el el mismo modelo que en la primera convocatoria

Bibliografía. Fontes de información

Muñiz González R, **Marketing en el siglo XXI**, CEF,

Muñiz González R, **Marketig hoy. Gestión comercial. Atención al cliente.**, CEF,

Orduña Pereiras FA, **Manual del visitador médico. Un profesional del mundo de la salud.**, Díaz de Santos,

Armella E, **Marketing Farmacéutico: estartegias de éxito para medicamentos.**, Gestion 2000,

Alba Romero, S, **Farmacia y Union Europea**, Madrid Vicente,

González Bueno A, **Manual de legislación Farmacéutica**, Síntesis,

Farmaindustria, **Codigo español de buenas prácticas para la promoción de medicamentos**, Farmaindustria,

Farmaindustria, **Reforma de la legislación farmacéutica Europea**, Farmaindustria,

Acosta Vera Jose M^a, **Marketing personal**, ESIC Escuela superior de Gestión Comercial y Marketing,

García San Vicente Javier, **El Marketing personal y el caso de Martín Mardones**, Diaz de Santos,

Goleman Daniel, **Inteligencia emocional**, Kairós. Barcelona,

María del Carmen Avendaño López, **Introducción a la química farmacéutica**, McGraw-Hill 2^a Ed,

Profarma II, **Promoción de la I+D+I en la Industria Farmaceutica y Veterinaria.**, MEC,

Mueller Markus S, **Medical plants in tropical countries.**,

E. Diogene., **Guía de Investigación Clínica para Atención Primaria**, Fund. Astrazeneca.,

J.R. Laporte., **Principios básicos de la investigación clínica.**,

<http://revista.consumer.es/web/es/20010901/interiormente/> (web de Eroski sobre técnicas de persuasión),

http://www.laboris.net/Static/ca_habilidades_marketing-personal.aspx (web del Instituto de Educación,

<http://www.psicolink.com/trabajo.asp#1> (web de la empresa Palazzolo & Asociados).,

Recomendaciones