



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	Castelán			
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 procedimeintos 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.
A5	Capacidad para identificar, comprender y aplicar los conceptos que integra la información técnica del medicamento
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
B2	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	Capacidade para comunicar as conclusións e os coñecementos técnicos sobre o medicamento e as razóns últimas que os sustentan a públicos especializados sen ambigüedades, durante o transcurso do proceso de visita médica.
B4	Habilidades de aprendizaxe que lle permita continuar estudando e actualizando coñecementos en torno a la información técnica do medicamento e al proceso de visita médica

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Capacidade de aplicar os coñecementos adquiridos á práctica	A1	B1
Capacidade de análise e de síntese	A7 A9 A10	B3
Planificación e xestión do tempo	A1 A5	B4
4.-Posuír as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando e aprendendo dun modo autónomo	A5	B4
5.-Ter e comprender coñecementos especializados na materia	A1 A3 A8	B1
6.-Capacidade para resolver problemas de contorno farmacéutico relacionados coa información técnica do medicamento	A8	B1
7.-Saber utilizar as técnicas específicas de xestión e organización do contorno farmacéutico	A8	B1
8.-Ser capaces de realizar procuras documentais sobre calquera aspecto farmacéutico relacionado coa información técnica do medicamento	A3 A9	B1
9.-Capacidade de creación de contidos farmacéuticos	A2 A7 A9	B1
10.-Ser capaz de manexar fontes en materia farmacéutica	A3 A9	B1
11.-Dominar a contorna virtual relacionado co contorno farmacéutico	A3 A9	B1
12.-Coñecer a contorna farmacéutica e as liñas relevantes do mundo farmacéutico con repercusión na información técnica do medicamento	A3	B4
13.-Comprender os conceptos, técnicas relacionados con mercadotecnia, vendas, comunicación.	A1 A5 A7	B1
14.-Adquirir capacidade de análise e de razoamento lóxico, dialéctico e *retórico	A1 A7 A9 A10	B2 B3
15.-Capacidade de organización e presentación de traballos escritos	A7 A9 A10	B3
16.-Capacidade de debate utilizando os coñecementos	A9 A10	B3

Contidos

Tema	
1.-A farmacia	1.1.Introdución. A lei de Ordenación Farmacéutica en España. 1.2.Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade. Marco Lexislativo. 1.3.Axencia Española do Medicamento. 1.4.O caso particular da Comunidade Autónoma de Galicia. 1.5.Estrutura e funcionamento das Oficinas de Farmacia. 1.6.A figura do farmacéutico na Oficina de Farmacia.
2.-Estrutura dun laboratorio farmacéutico	2.1.-Deseño dun laboratorio *farmacéutico 2.2.-Organización do Departamento comercial: técnicas de venda 2.3.-Organización da mercadotecnia: estratexias e plan de mercadotecnia
3.-Mercadotecnia persoal	3.1.-Coñecemento persoal 3.2.-Presentación do *curriculum *vitae 3.3.-Habilidades para saber venderse
4.-Desenvolvemento de fármacos:	4.1 Descubrir medicamentos e fases no desenvolvemento dun fármaco 4.2 Ensaio clínicos e fármacos do 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
Estudios/actividades previos	0	45	45
Probas 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 introdutorias	Toma de contacto e aprendizaxe do alumno na plataforma virtual TEMA, que será a utilizada ao longo do desenvolvemento da materia: envorcado dos temas, resolución de exercicios, casos prácticos e realización do exame final.
Prácticas autónomas a través de TIC	Ao longo do curso expóranse unha serie de actividades que o alumno deberá de realizar na plataforma no tempo previamente asignado.
Estudios/actividades previos	Procura, lectura e estudo de documentación proposta a facilitada polo profesor que o alumno realízase de forma autónoma.

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
Estudios/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 introdutorias	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
Probas de tipo test	Proba de avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas pechadas. Os alumnos seleccionan unha única resposta 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, **Código 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**, Díaz de Santos,
Goleman Daniel, **Inteligencia emocional**, Kairós. Barcelona,
María del Carmen Avendaño López, **Introducción a la química farmacéutica**, McGraw-Hill 2ª 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).,

Recomendacións

