

Programa **virtual**

Marketing Farmacéutico: una Visión Estratégica e Innovadora

Sé lo que el **mundo necesita.**



 **Universidad de
los Andes**
Colombia

**Executive
Education**
Facultad de Administración

en alianza con:

**Educación
Continua**
Vicerrectoría Académica

**Facultad
de Medicina**



Desarrolla una visión integral del marketing farmacéutico y toma decisiones acordes con el mercado actual.

Acerca del programa

Colombia hace parte de unos de los mercados emergentes más dinámicos, con un alto potencial de crecimiento para la Industria Farmacéutica. Esta industria, desde hace algunos años, viene afrontando cambios sustanciales en el entorno a nivel mundial, regional y local, que le exige una alta capacidad de adaptación para gestionar y generar la rentabilidad deseada en un marco delimitado por la normatividad y la ética.

Este programa te prepara para desenvolverte en el área comercial o de marketing del negocio farmacéutico, con un enfoque innovador, un pensamiento estratégico integral centrado en acciones que agreguen valor y que se adapten o funcionen en el corto, mediano y largo plazo, identificando los nuevos gestores e influenciadores que son parte fundamental en la toma de decisiones y, de esta forma, proponer y liderar proyectos de marketing en medio de un entorno desafiante.

Objetivo

- Tener una visión integral del marketing farmacéutico y sus componentes.
- Reconocer el rol del marketing en la industria Farmacéutica, como herramienta fundamental para alcanzar los objetivos de las organizaciones, con ética e integridad en un entorno cambiante.
- Identificar los componentes para diseñar un plan de marketing con estrategias y planes de acción que le permitan liderar proyectos y tomar decisiones acordes a la realidad del mercado actual.

Además, tendrás la oportunidad de interactuar con profesionales de diferentes regiones del país y de Latinoamérica, lo que enriquecerá las conversaciones y experiencias durante el desarrollo de la formación.

Contenido:

Módulo I. Fundamentos de marketing

Módulo II. Fundamentos de marketing farmacéutico

- Contexto sector farmacéutico en Colombia y Latam
- Generalidades del marketing farmacéutico
- Stakeholders

Módulo III. Regulación del marketing farmacéutico

- Compliance, entorno legal y regulatorio
- Market acces

Contenido:

Módulo 4: El Plan Marketing Farmacéutico

- Analítica de datos
- Auditorías de mercados, herramientas y bases de información para toma de decisiones. (IMS, CUP, DDD, SFE).
- Marketing Digital y Omnicanalidad
- Fundamentos del plan de marketing farmacéutico
- Conceptos Financieros claves en Mercadeo
- Taller Grupal – Plan de Marketing enfocado en sector Farmacéutico

Módulo 5: Habilidades para Marketing Farmacéutico

- Taller de comunicación
- Taller de negociación
- Taller de innovación

Panel de expertos

Presentación de trabajos finales

Metodología

Este programa está diseñado para garantizar la participación activa y la práctica a través de sesiones magistrales, en las que se trabajarán:

- Discusiones de casos
- Talleres individuales y grupales

Contará con un panel de expertos en una de sus sesiones para que los participantes puedan interactuar y resolver sus dudas con personas de primer nivel que trabajan en el sector.

Y, con el fin de una mayor apropiación de los conocimientos, se desarrollará un trabajo grupal integrador, en el que se deberá desarrollar un plan de marketing estratégico e innovador, que resuelva la necesidad de uno de los integrantes del equipo.

Duración:

65 Horas de dedicación.

Certificado:

Se otorgará un certificado de asistencia y aprobación a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y aprueben el trabajo integrador del programa.

Profesores

Ada Marina Castillo Laguna

Ejecutiva con extensa experiencia en Marketing y Ventas en la Industria Farmacéutica Multinacional y Nacional en diferentes áreas terapéuticas del mercado de cuidado primario, oncología y alto costo. Enfermera Profesional y Especialista en Gerencia de Mercadeo. Inició su carrera como visitadora médica y durante su desarrollo profesional, se ha podido desempeñar como Gerente de Producto, Gerente de Línea y Gerente de Unidad de Negocios.

Ha trabajado en compañías como Janssen, Roche, AstraZeneca, Novartis, Novamed y Eurofarma. Tiene experiencia multicultural en el mercado de la Región Andina (Colombia, Ecuador, Perú) en el desarrollo del ciclo de vida de las marcas desde pre-marketing, lanzamiento, comercialización y acceso al mercado. Ha tenido la oportunidad de lanzar 3 productos en el mercado farmacéutico en Colombia, uno de ellos reconocido con un Olympic Award como uno de los 3 mejores lanzamientos en la región.

Actualmente, se desempeña como Gerente de Marketing en Eurofarma, la primera multinacional farmacéutica brasilera.



Profesores

Jorge Saravia Ríos

Ingeniero de sistemas de la Escuela Colombiana de Ingeniería. MBA de la Universidad de los Andes. Ha desempeñado cargos ejecutivos en diferentes empresas nacionales con más de 15 años de experiencia como consultor en temas de estrategia, gerencia y finanzas, y más de 25 como profesor en diferentes áreas del conocimiento. Dentro de las empresas en las que ha desarrollado proyectos se puede mencionar Banco Popular, Nueva EPS, Bavaria, Alpina, Davivienda, Farmatodo (Venezuela), Terpel, Colsubsidio, Henkel, entre otras.



Luis Acosta

MBA de la Universidad de los Andes, Magíster en Marketing Digital de la Universidad Central de Cataluña; con estudios en Disrupción Digital para estrategias de Transformación Digital de la Universidad de Cambridge. Lideró proyectos digitales en empresas multilatinas y Fortune 500 como Accenture. Gestor del 1.er Manifiesto de Transformación Digital en Colombia.

Es transformador de modelos tradicionales a digitales en empresas del sector financiero, consumo masivo, industrial, servicios, entre otros.



Profesores

Daniel Castro

Con formación en marketing, finanzas, estrategia, dirección de empresas y Neuromarketing, Daniel Castro, MD, destaca como CEO con experiencia en estrategias para empresas Fortune 500 en 23 países, aplicando neurociencia y ciencias del comportamiento. Autor best seller de «Brain Persuasion Tools», utilizada en ventas y marketing. Especializado en marketing farmacéutico y finanzas, con habilidades en comunicación y trabajo en equipo. Profesor de Neuro-marketing, conferencista internacional y actualmente ocupa el cargo de CEO.



Olga Lucía Angarita

Magíster en Bioética de la Universidad de la Sabana, especialista en Gerencia de la Salud Ocupacional y Médica de la Universidad del Rosario, con estudios en Medicines Development del King's College de Londres. Amplia experiencia en el sector farmacéutico, trabajando para compañías como Novartis y Takeda en roles de liderazgo.



Profesores

Silvana Dakduk

Doctora en Psicología, magíster en Psicología Social y Licenciada En Psicología. Actualmente, Profesora del área de mercadeo de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Durante su carrera profesoral ha investigado y dictado sobre comportamiento de compra y consumo, Investigación de Mercados, Análisis Cuantitativo para la Gestión Empresarial, Análisis Multivariado, Netnografía, Análisis del Consumidor Digital, Comportamiento Organizacional, Marketing Estratégico, Marketing Táctico y Gerencia de mercadeo.

Ha sido consultora externa de distintas empresas nacionales y multinacionales en el área de comportamiento del consumidor y comprador organizacional. Ha participado como investigadora en distintos proyectos nacionales y latinoamericanos relacionados con el estudio del comportamiento del consumidor en distintas áreas de negocio.



Ingrid Marcela León

Psicóloga. Ph.D in Gestalt Therapy, Máster en Comunicación No Verbal y Detección de la Mentira, Máster en E-learning, Especialista en Resolución de Conictos, Máster en Coaching avanzado y Máster Trainer en NLP. Ha trabajado en diversos proyectos empresariales para fortalecer el desarrollo organizacional. Profesora de cátedra de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.



Profesores

Liliana Parada

Médica veterinaria de la Universidad de la Salle, con Especialización en Administración de Empresas Agropecuarias de la misma institución, y Especialización en Mercadeo de Aden Business School. Liliana cuenta con amplia experiencia en el sector farmacéutico, desempeñándose en roles como gerente de línea, gerente de producto, gerente de unidad, entre otros, para organizaciones como Abott, Novartis, Sanfer y Aztrazeneca.



Armando Duarte Galán

Emprendedor y Consultor académico: Lidera, a través de cuatro universidades latinoamericanas, investigación de punta en Negociación y sus subprocesos (Vg. psicología de la influencia, relaciones de poder, comunicación no verbal, entre otros), comunicación política, gestión de crisis, gestión estratégica y comportamiento organizacional. En su faceta como consultor, entrenador, formador de formadores y speaker, ayuda a sus clientes a construir valor y conectar mejor. Más de 47 reconocidas organizaciones del sector público y privado, nacional e internacional, pueden dar fe de sus métodos.



Profesores

Alexander Barrios

Magíster en Business Intelligence de la Universitat de Barcelona con 8 años de experiencia administrando y analizando fuentes de auditorías de mercados especializadas para la Industria Farmacéutica tales como: IQVIA, Nielsen, Close UP, SISMED, Mipres, Rips, Importaciones. Amplia experiencia brindando capacitación de indicadores de mercados a equipos de marketing y de fuerza de ventas de alto desempeño tanto del canal retail, como del institucional. Con entrenamiento formal por más de 6 años en oratoria y manejo de públicos numerosos.



Juan Guillermo Bobadilla

Médico de la Universidad Nacional de Colombia, con énfasis en Biología Molecular, Genética y Biotecnología, y especialista en Administración de Empresas de la Universidad del Rosario, Dirección de Marketing y Certificación de Postgrado en Gestión de proyectos (PMI).



Profesores

Luis Fernando Mejía

Ejecutivo con amplia experiencia local y latinoamericana en el diseño, implementación y seguimiento de planes de mercadeo, que han logrado el crecimiento sostenido y rentable de las ventas, tanto en nuevos productos como en productos establecidos. Sólida experiencia en el manejo de alianzas estratégicas, lanzamiento de productos y liderazgo del cambio. Líder participativo, orientado a superar objetivos a través de equipos diversos, la estrategia con énfasis en la innovación, lanzamiento de nuevos productos y foco en el cliente final.

Ha trabajado por más de 20 años en compañías multinacionales como Eli Lilly, Novartis, Merck Group con responsabilidades tanto en el ámbito local como latinoamericano. Actualmente, se desempeña como Director de Mercadeo en Boehringer Ingelheim. Su experiencia en la industria farmacéutica inició en el año 2000 como visitador médico y, desde entonces, ha tenido la oportunidad de ocupar posiciones como Gerente de Distrito, Gerente de Producto, Gerente de Lanzamiento de Nuevos Productos, Gerente de Unidad de Negocio, Alliance Manager, Six Sigma Black Belt, Marketing Director, entre otros.



Profesores

Wilson Díaz Zamora

Enfermero de la Universidad Nacional de Colombia UNAL, con especialización en Nefrología y Urología y Maestría en Gerencia de Mercadeo Estratégico. Poseo experiencia comercial, promocional y en acceso al mercado en la industria farmacéutica. Actualmente me desempeño como Market Access Manager & Public Affairs en IPSEN Colombia. En el sector farmacéutico he trabajado portafolios de alto costo como Oncología, Trasplantes, Diabetes Hemofilia, y otras Enf Huérfanas. Me siento en la capacidad de diseñar e implementar la estrategia de acceso al mercado, así como la implementación del plan táctico involucrando a los equipos de promoción y ventas con el fin de garantizar la sostenibilidad y crecimiento de los productos maduros, así como la rápida penetración de los productos innovadores.

En la parte hospitalaria he trabajado como coordinador de enfermería en servicios especializados como son unidades de trasplante, de diálisis, cirugía y cuidados intensivos. He contribuido en el diseño e implementación de proyectos asistenciales con fines de ofrecer servicios de salud a diferentes EPS con excelentes desenlaces financieros e indicadores de gestión.





FINANCIAL
TIMES

RANKING FT 2024

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN
COLOMBIA

Top. **24** EN
EL MUNDO

Valor programa: \$4.900.000 / 1.256 USD aprox.

*El valor en dólares es aproximado y depende la TRM del día y su moneda local.

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago.

Universidad de los Andes
Facultad de Administración - Educación Ejecutiva
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9
Línea de Información: (601) 332 4144 ext. 2444 o 1145
Línea gratuita nacional: 018000 123 300
e-mail: executiveeducation@uniandes.edu.co
<http://administracion.uniandes.edu.co>



Executive Education - Universidad de los Andes

