

Programa **semipresencial**

Marketing Farmacéutico: una Visión Estratégica e Innovadora

Sé lo que el **mundo necesita.**





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

Acerca del programa

En un mundo en constante cambio, la industria farmacéutica se destaca como un sector dinámico y con un alto potencial de crecimiento.

Enfrentando transformaciones sustanciales a nivel global, regional y local, esta industria requiere una elevada capacidad de adaptación para gestionar y alcanzar la rentabilidad deseada dentro de un marco de normatividad y ética.

Este curso te preparará para destacarte en el área comercial o de marketing del sector farmacéutico, con un enfoque innovador y un pensamiento estratégico integral. Centrado en acciones que agreguen valor y se adapten al corto, mediano y largo plazo, aprenderás a identificar los nuevos actores e influenciadores clave en la toma de decisiones. De esta manera, estarás capacitado para proponer y liderar proyectos de marketing rentables en un entorno desafiante y en constante evolución.

Aprenderás a:

- Comprender de manera integral el marketing farmacéutico y sus principales componentes, así como su impacto en la industria.
- Analizar el papel estratégico del marketing en la industria farmacéutica, destacando su importancia para alcanzar los objetivos organizacionales dentro de un marco ético y en un entorno en constante evolución.
- Aplicar herramientas y metodologías para la formulación, ejecución y evaluación de un plan de marketing farmacéutico, asegurando su alineación con las tendencias del mercado y las regulaciones vigentes.
- Diseñar un plan de marketing farmacéutico, identificando sus componentes clave y desarrollando estrategias que permitan liderar proyectos de alto impacto y tomar decisiones informadas en un mercado dinámico.

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 1. Fundamentos de marketing

Objetivo: Brindar conceptos clave del marketing, que servirán como base académica para la profundización y enfoque al sector farmacéutico.

Módulo 2. Fundamentos de marketing farmacéutico

Objetivo: En este módulo, se tendrá una visión general sobre el marketing farmacéutico y el entorno de la salud en Colombia, con base en cifras, conceptos claves y peculiaridades que tiene este sector.

- Contexto actual del sector farmacéutico en Colombia y América Latina
- Generalidades del marketing farmacéutico
- Stakeholder y su relación con la industria

Módulo 3. Regulación del marketing farmacéutico

Objetivo: En este módulo, se explorará el entorno legal y los procesos regulatorios clave para la aprobación de estrategias de marketing, así como la importancia del compliance. También se obtendrá una visión del proceso de market access, identificando interlocutores y redes de influencia, y aprenderá a desarrollar soluciones de valor basadas en argumentos científicos y farmacoeconómicos.

- Compliance, entorno legal y regulatorio
- Market Acces: Integración en el plan de mercadeo

Contenido:

Módulo 4. El plan de marketing farmacéutico

Objetivo: En este módulo, se adquirirán conocimientos esenciales para diseñar un plan de marketing efectivo, con el fin de liderar proyectos en un entorno dinámico y desafiante.

- Analítica de datos
- Auditoría de mercados, herramientas y bases de información para toma de decisiones
- Marketing digital y omnicanalidad
- Fundamentos del plan de marketing farmacéutico
- Conceptos financieros claves en mercadeo

Módulo 5. Habilidades para el marketing farmacéutico

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

Cierre

- Panel de expertos
- Presentación de trabajos finales



Dirigido a:

Profesionales de áreas administrativas y de la salud que estén desempeñándose en áreas de mercadeo o ventas de una empresa en el sector farmacéutico como analistas, asistentes, coordinadores, gerentes de entrenamiento, visitadores médicos, gerentes de producto junior, MSL; o profesionales relacionados con la industria farmacéutica que deseen incursionar o ampliar sus conocimientos sobre conceptos actuales del Marketing Farmacéutico.

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 certificado de asistencia a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y cumplan los requisitos académicos exigidos.



Profesores

Ada Marina Castillo Laguna

Ejecutiva con más de 30 años de experiencia en la Industria Farmacéutica, especializada en mercadeo, ventas y desarrollo de negocios. Amplia trayectoria en compañías como Janssen, Roche, AstraZeneca, Novartis, Novamed y Eurofarma en diversas áreas terapéuticas en mercados de cuidado primario, oncología y alto costo con productos innovadores, genéricos y similares.

Destacada experiencia multicultural en el mercado latinoamericano diseñando e implementando estrategias de negocios y desarrollando exitosamente el ciclo de vida de diversas marcas, incluyendo, análisis de viabilidad, pre-marketing, lanzamiento, comercialización y acceso al mercado. Líder de equipos de alto desempeño, innovando y orientando sus acciones a generar resultados. Coordinadora del Programa de Marketing Farmacéutico de la Universidad de los Andes.



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 años 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.



Eduardo García

Ingeniero Industrial, MBA, amplia experiencia en el mercado farmacéutico Latinoamericano. Gerente de marca en empresas como Novartis, Roche y Pfizer en diferentes áreas terapéuticas como SNC, línea metabólica, dermatología y ginecología. Actualmente se desempeña como Gerente de Mercadeo de Eurofarma en Venezuela, teniendo bajo la responsabilidad el lanzamiento de la compañía, la definición y plan de lanzamiento del portafolio y la formación y consolidación del equipo de Marketing.



Profesores

Ingrid Marcela León

Psicóloga, máster en Comunicación No Verbal y Detección de la Mentira, especialista en Resolución de Conflictos, magíster en e-learning, máster en Trainer en PNL y máster en Coaching Ejecutivo y Empresarial. Certificada como trainer, speaker y coach en liderazgo con John Maxwell Team. Certificada como Outdoor trainer. Certificada como mentor ejecutivo y mentor en emprendimiento. Formadora de Instructores y docente del sistema de universidades empresariales.

Fue Gerente y propietaria de CONEXUM y facilitadora de procesos en diferentes empresas de consultoría. Jefe de RR. II. en Central de Mezclas y gerente de Recursos Humanos en M&P Ltda. Profesora de cátedra y de Executive Education de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.



Olga Lucía Angarita

Magíster en Bioética de la Universidad de la Sabana, Médica de la Universidad del Rosario, con estudios en Medicines Development del King's College de Londres y Occupational Health and Industrial Hygiene de la Universidad del Rosario. 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.



Adriana Cleves

Country Manager de Exeltis Colombia. Cuenta con más de 20 años de experiencia en roles de liderazgo en la Industria Farmacéutica. Ha trabajado en empresas como AstraZeneca y Novartis en roles de Dirección y Gerencia de Marketing, Comercial e Innovación y Transformación Digital en países como Colombia, Ecuador y Perú.



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 Abbott, 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

Magister en Business Intelligence por la Universidad de Barcelona, con más de 10 años de experiencia en el desarrollo e implementación de modelos analíticos basados en información de mercado, enfocado en el sector farmacéutico



Juan Guillermo Bobadilla

Médico de la Universidad Nacional de Colombia, Especialista en Gerencia de Empresas de la Universidad Del Rosario, con Maestría en Inteligencia Artificial de la Universidad Sergio Arboleda, estudios avanzados en dirección de marketing y certificación en gestión de proyectos bajo metodología PMI. Ha tenido rol ejecutivo en la industria petrolera, de aseguramiento en salud y farmacéuticas multinacionales. Actualmente Gerente General de GJX, empresa líder de ciencia de datos para el sector salud.



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. 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

Santiago Herrán

Médico, Especialista en Economía de la Salud y Epidemiología. Ha participado en el desarrollo de diferentes sistemas de vigilancia en salud, investigaciones de resultados, infecciones nosocomiales, seguridad del paciente y análisis de riesgos, farmacovigilancia y tecnovigilancia. Ha gestionado y participado en evaluaciones económicas y proyectos de farmacoeconomía, así como asesorado diferentes áreas de acceso al mercado, médicas y de marketing de la industria farmacéutica (> 20). Expositor nacional e internacional sobre temas relacionados con investigación, Medicina Basada en la evidencia y farmacoeconomía.





FINANCIAL
TIMES

RANKING FT 2024

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN
COLOMBIA

Top. **24** EN
EL MUNDO

Valor programa: \$5.100.000

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

