



Contenidos Diplomado Mercadeo y ventas

LA ACADEMIA FARMACEUTICA SAS

Diplomado en Mercadeo y Ventas en la Industria Farmacéutica

Estrategias Comerciales para el Posicionamiento de Productos Farmacéuticos

Un programa diseñado para **desarrollar competencias estratégicas en marketing farmacéutico, gestión de marca y ventas especializadas**, orientado a profesionales que participan en la promoción, comercialización y posicionamiento de productos dentro de laboratorios farmacéuticos.

El diplomado integra **estrategia de mercado, gestión de productos y ejecución comercial**, permitiendo comprender cómo se construye el éxito de una marca dentro del sector salud.



LA ACADEMIA FARMACEUTICA SAS

FASE 1

Fundamentos del Marketing Farmacéutico

En esta fase el participante comprenderá **la dinámica del mercado farmacéutico y las bases estratégicas del marketing aplicado a productos de salud**

Contenidos

1. Estructura del Mercado Farmacéutico

- Actores de la industria farmacéutica
- Laboratorios, distribuidores y droguerías
- Segmentación del mercado farmacéutico

2. Introducción al Marketing Farmacéutico

- Diferencias entre marketing tradicional y farmacéutico
- Regulación del marketing en el sector salud
- Ética en la promoción de medicamentos



LA ACADEMIA FARMACEUTICA SAS

3. Análisis del Mercado y la Competencia

- Estudios de mercado farmacéutico
- Interpretación de auditorías de mercado
- Identificación de oportunidades comerciales

4. Comportamiento del Profesional de la Salud

- Factores que influyen en la prescripción médica
- Relación médico-industria farmacéutica
- Construcción de confianza con profesionales de la salud



LA ACADEMIA FARMACEUTICA SAS

FASE 2

Gestión Estratégica de Productos Farmacéuticos

En esta fase se desarrollan las competencias necesarias para **gestionar y posicionar marcas dentro del portafolio de un laboratorio farmacéutico.**

Contenidos

1. Gestión del Portafolio de Productos

- Ciclo de vida del producto farmacéutico
- Estrategias de posicionamiento
- Gestión del portafolio de marcas

2. Desarrollo del Plan de Marketing

- Construcción del plan de marketing farmacéutico
- Definición de objetivos comerciales
- Estrategias de posicionamiento de marca



LA ACADEMIA FARMACEUTICA SAS

3. Estrategias de Promoción Médica

- Herramientas de promoción científica
- Materiales promocionales efectivos
- Estrategias de impacto en consultorio

4. Estrategias de Precio y Acceso al Mercado

- Estrategias de precio en la industria farmacéutica
- Acceso a mercado institucional
- Estrategias de diferenciación frente a la competencia



LA ACADEMIA FARMACEUTICA SAS

FASE 3

Estrategias de Ventas y Ejecución Comercial

En esta fase el participante desarrollará habilidades para **convertir las estrategias de marketing en resultados comerciales concretos**.

Contenidos

1. Estrategias de Ventas en la Industria Farmacéutica

- Modelos de venta farmacéutica
- Estrategias de visita médica
- Venta basada en valor científico

2. Gestión de Canales Comerciales

- Canal institucional (clínicas y hospitales)
- Canal comercial (droguerías y distribuidores)
- Estrategias multicanal



LA ACADEMIA FARMACEUTICA SAS

3. Planeación Comercial

- Planificación de territorios de venta
- Definición de metas comerciales
- Seguimiento de indicadores de desempeño

4. Ejecución y Control Comercial

- Medición de resultados de campañas
- Evaluación del impacto del marketing
- Ajustes estratégicos para maximizar ventas



Mil gracias



La Academia
Farmacéutica