

GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN FARMACÉUTICA

Curso 2013-2014

Departamento de Farmacia y Tecnología Farmacéutica

Facultad de Farmacia. Universidad de Granada

Profesorado responsable: Sección de Historia de la Farmacia, Legislación y Gestión farmacéutica

I. CONCEPTOS GENERALES

Tema 1. Introducción a la Gestión y Planificación Farmacéutica

- 1.1. Concepto de la asignatura.
- 1.2. Orígenes y evolución de la asignatura en los planes de estudios de la Licenciatura de Farmacia, justificación.
- 1.3. Bibliografía fundamental

Tema 2. Conceptos básicos de Economía

- 2.1. Principios fundamentales de los sistemas económicos
- 2.2. Concepto de mercado
- 2.3. Clases de mercado
- 2.4. Peculiaridades del mercado farmacéutico

Tema 3. Farmacoeconomía

- 3.1. Concepto
- 3.2. Metodología en la evaluación económica de los medicamentos
- 3.3. Medidas de costes y efectos

Tema 4. El precio de los medicamentos

- 4.1. Concepto y características del medicamento como producto de consumo
- 4.2. Sistema de fijación del precio de los medicamentos
- 4.3. Los márgenes de beneficio del laboratorio, distribuidor y oficina de farmacia. Interpretación de porcentajes
- 4.4. El impuesto sobre el valor añadido (IVA)

Tema 5. Peculiaridades en la fijación del precio de determinados medicamentos

- 5.1. Medicamentos de autoconsumo
- 5.2. Especialidades de Especial Control Médico
- 5.3. Especialidades de Diagnóstico Hospitalario y las de Uso Hospitalario
- 5.4. Consideraciones económicas del Envase Clínico

Tema 6. Medicamentos y precios en la Unión Europea

- 6.1. El precio de los medicamentos en la Unión Europea
- 6.2. Importaciones paralelas
- 6.3. Comercio exterior de medicamentos

Tema 7. Medicamentos genéricos

- 7.1. Especialidad farmacéutica genérica
- 7.2. Aspectos económicos del mercado de medicamentos genéricos
- 7.3. El sistema de Precios de Referencia

Tema 8. Medicamentos sin interés comercial

- 8.1. Medicamentos huérfanos. Concepto
- 8.2. Características comerciales de los medicamentos huérfanos
- 8.3. Incentivos para su comercialización

II. GESTIÓN EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Tema 9. La industria farmacéutica

- 9.1. Características generales de la industria farmacéutica
- 9.2. Estructura de la industria: Fuerzas básicas

Tema 10. Logística empresarial

- 10.1. Introducción
- 10.2. Etapas en la evolución de la logística
- 10.3. Qué es la logística empresarial.
- 10.4. Descripción de actividades

Tema 11. Gestión de compras de materiales

- 11.1. Inventario del laboratorio
- 11.2. Requisitos para una adecuada gestión de compras
- 11.3. Regla de Pareto

Tema 12. Previsión de ventas

- 12.1. Introducción
- 12.2. Previsión de demanda
- 12.3. Métodos de proyección de necesidades
- 12.4. Técnicas a considerar para el conocimiento de la demanda
- 12.5. Problemas especiales de predicción

Tema 13. El marketing en la industria farmacéutica

- 13.1. Introducción
- 13.2. Funciones de la dirección de Marketing
- 13.3. Objetivos estratégicos a nivel de la cartera de productos
 - 13.3.1. Modelo del Boston Consulting Group
 - 13.3.2. Estrategia a seguir según modelo BCG
 - 13.3.3. Estrategias de marketing a nivel de ciclo de vida del producto
- 13.4. Segmentación del mercado

Tema 14. Publicidad e información de medicamentos

- 14.1. Introducción
- 14.2. Comunicación
- 14.3. Medios de comunicación
- 14.4. Investigación de marketing farmacéutico. Fuentes de información

III. GESTIÓN EN LOS ALMACENES FARMACÉUTICOS

Tema 15. La Distribución Farmacéutica

- 15.1. Características de los sistemas de distribución farmacéutica.
- 15.2. Diseño de un almacén farmacéutico
- 15.3. Servicio al cliente

Tema 16. Política de compras y ventas en los Almacenes Farmacéuticos

- 16.1. Gestión de compras
- 16.2. Gestión de ventas
- 16.3. Control de caducidades

IV. GESTIÓN EN LA OFICINA DE FARMACIA

Tema 17. La farmacia como empresa

17.1. Introducción

17.1. Concepto de rentabilidad

17.2. Parámetros económicos a considerar en la apertura y en la adquisición de una oficina de farmacia

Tema 18. Gestión empresarial en la oficina de farmacia (I)

Marketing y Merchandising

18.1. Introducción.

18.2. El consumidor

18.3. La oficina de farmacia frente al marketing

18.4. El merchandising

18.5. La venta. Técnicas

18.6. La competencia

Tema 19. Gestión empresarial en la oficina de farmacia (II)

19.1. Gestión de compras

19.2. Informática y gestión en la oficina de farmacia

19.3. La farmacia y el Sistema Nacional de Salud

19.4. Contabilidad

19.5. Fiscalidad de la oficina de farmacia

V. GESTIÓN EN LA FARMACIA HOSPITALARIA

Tema 20. Gestión en la Farmacia Hospitalaria. (I)

20.1. Introducción

20.2. Gestión en la adquisición de medicamentos

20.3. Adquisición de determinados medicamentos y otros productos sanitarios

20.4. Gestión en la recepción de suministros

20.5. Almacenamiento

Tema 21. Gestión en la Farmacia Hospitalaria. (II)

21.1. Gestión en la elaboración de medicamentos

21.2. Gestión en la dispensación de medicamentos

21.3. Gestión económica

Bibliografía:

- Alegre, Esther. Amado Guirado, Jordi & Bel Elvira (1998) Gestión empresarial Farmacéutica. Valencia: Ed. CISS, S.A.
- Atmetlla, Emilio et al. (2002). Marketing farmacéutico. Barcelona: Gestión 2000
- Merinero, Antonio (1997) Marketing y Ventas en la Oficina de Farmacia. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Martínez, D. (Coord.) (2008) Curso Básico de Derecho Farmacéutico. 100 Cuestiones esenciales. Madrid: Asociación Española de Derecho Farmacéutico
- Serra, Juan Carlos (dir y ed.) (2010). Marketing Farmacéutico. La visión de más de 40 expertos del sector. Madrid: Ed. Profit

Direcciones de interés:

<http://www.correofarmaceutico.com/>

<http://www.elglobal.net>

<https://www.farmaindustria.es/>

<https://www.portalfarma.com/>