

EDUCACIÓN CONTINUA
CICLO 2019

PROGRAMA EJECUTIVO EN GESTIÓN DE RENTABILIDAD Y MARKETING DE LA FARMACIA

OBJETIVOS

- ✓ Desarrollar un concepto de capacitación integral que permita conocer la realidad de la farmacia, considerando su inserción en las complejas reglas del mercado actual.
- ✓ La gestión económico financiera se presentará con conceptos específicos del negocio y dirigidos a los farmacéuticos profesionales y administradores con pautas de directa aplicación en el manejo diario.
- ✓ El análisis de los Convenios de Seguridad Social, en especial el de Pami, se analizara en todos sus aspectos y su influencia en la rentabilidad final de la farmacia
- ✓ Plantear alternativas de rentabilidad superadoras de la prestación farmacéutica a la Seguridad Social
- ✓ El efecto de la inflación y sus consecuencias será especialmente considerado
- ✓ La relación con los demás actores del mercado farmacéutico serán temas de discusión y análisis con especialistas
- ✓ Presencia regional y desarrollo de cadenas será estudiado como casos especiales.

DESTINATARIOS

- ✓ Farmacéuticos independientes.
- ✓ Farmacéuticos recién graduados
- ✓ Administradores de farmacias, redes y cadenas. Directores Técnicos
- ✓ Gerentes de organismos de la Seguridad Social y Mandatarias
- ✓ Miembros de Colegios Farmacéuticos y Entidades intermedias Propietarios y administradores de Distribuidoras, Droguerías, Cooperativas

PROGRAMA

MODULO 1: Mercado y Contexto Actual

Conceptos económicos internos y externos que generan la realidad actual.

Análisis de los factores de gestión. Precios y costos

El efecto precio - inflación y su efecto en las finanzas de la farmacia

MODULO 2: Convenios y Seguridad Social

Convenio Pami, PVP especial Ajustes.

Resolución 337.Liquidaciones. Formas de Pago.

EDUCACIÓN CONTINUA
CICLO 2019

PROGRAMA EJECUTIVO EN GESTIÓN DE RENTABILIDAD Y MARKETING DE LA FARMACIA

Rentabilidad final

Otros convenios de la Seguridad Social y Prepagas

Influencia final en la rentabilidad de la farmacia

MODULO 3: Compras y Abastecimiento

Relación con la industria farmacéutica y la distribución.

Compra a droguería. Directa. Transfers

Genéricos. Ofertas.

Análisis de Descuentos.

Tratamientos compartidos. Bonos de descuentos.

MODULO 4: Gestión y Rentabilidad

Cadenas de precios. Su conformación.

Gestión de Compras. El diferencial de Gestión

Gestión de Ventas.

Rentabilidad absoluta y relativa. Genéricos y Reemplazos. Bonos.

Gestión de Cuentas a Cobrar. Cuentas Corrientes El efecto inflación

Gastos. Incidencia en el Costo.

Inventarios. Rotación. Faltas. Seguridad.

MODULO 5: Precios, Costos Internos e Inflación

Rentabilidad de la farmacia en épocas de inflación. La actualización del precio de los medicamentos y su relación con los gastos y la inflación general. Precios Especiales

MODULO 6: Marketing

El circuito del medicamento. Genéricos y marcas.

El marketing del retail. El consumidor inteligente y racional.

El concepto del negocio del bienestar. Marcas de farmacia.

Góndolas o negocio tradicional. El negocio de perfumería

El lay- out de las farmacias. Ventajas de la reforma del local.

Category management. Merchandising.

Productos de Venta Libre. Nuevo concepto de comercialización

Manejo de precios y descuentos. Objeciones.

Alternativas de rentabilidad adicional a la dispensación a la seguridad Social.

Las herramientas digitales en la atención y comunicación interna.

E- commerce, redes sociales.

Programas de fidelizaciones

MODULO 7: Tablero de Control

Concepto. Variables a considerar.

Implementación

Semáforos de atención.

Información para la toma de decisiones

MODULO 8: Análisis de Casos de Farmacias Exitosas

Presentación y análisis de casos con propietarios de farmacias y análisis crítico de farmacias de los participantes.

DIRECTOR ACADEMICO

DR. EDUARDO TCHOUHADJIAN

Consultor Profesional especializado en el análisis de Rentabilidad y Gestión de Farmacias. Director de EFAE Corp. Ex Gerente Comercial de Droguería del Sud S.A. Contador Público (U.B.A.)

CUERPO DOCENTE

LIC. PLÁCIDO COSENTINO

Licenciado en Ciencias políticas- Director de Mercatus S.A.- Ex Director de Marketing de Phoenix S.A.,

DRA. PATRICIA CORONA MARTINEZ

Gerente de Créditos de Droguería MONROE-AMERICANA. Contador Público. Docente Universitaria en la UBA.

Profesionales especialistas invitados para disertar sobre temas específicos de cada tema

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

10 de Mayo de 2019

FINALIZACIÓN

21 de Junio de 2019

CRONOGRAMA DE CLASES

10 y 24 de mayo

7 y 21 de junio

DURACIÓN

2 meses (24 horas)

DÍAS Y HORARIO

Viernes de 9 a 16 h. cada 15 días

SEDE DE DICTADO

Zabala 1837, Belgrano

ASISTENCIA MÍNIMA

75 % de las clases.

CERTIFICACIÓN

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado a quienes cumplan con la asistencia mínima requerida.

Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad.