

UNIVERSIDAD DE  
**Belgrano**

BUENOS AIRES - ARGENTINA

**CICLO 2023**

**UBDepec**  
Educación Continua

**DIPLOMATURA EN  
MANAGEMENT  
ESTRATÉGICO DE  
PRODUCTOS DE  
ALTO COSTO EN  
LA INDUSTRIA  
FARMACÉUTICA**

## **BREVE INTRODUCCIÓN**

La medicina avanza en el desarrollo de terapias innovadoras que brindan a los pacientes opciones terapéuticas a lo largo de su *journey*, con el objetivo de prevenir, mejorar los resultados del tratamiento o lograr la curación, tanto de patologías de baja incidencia como de aquellas que constituyen un problema sanitario.

Productos biotecnológicos, terapias génicas, medicina personalizada, diagnóstico molecular, devices, entre otras muchas innovaciones, se suman al arsenal terapéutico disponible y demandan de los profesionales know how técnico, en un contexto de cambio de roles e impacto de nuevas tecnologías que desafían al Sistema de Salud.

El crecimiento de portafolios de tratamientos de alto costo y de innovación terapéutica tanto en empresas multinacionales como locales, torna a estos mercados hipercompetitivos e impacta en la dinámica y estructura de las organizaciones.

Aumenta la cantidad y variedad de stakeholders, y cada uno requiere un abordaje personalizado; los perfiles gerenciales y equipos de trabajo se diversifican y demandan una mirada holística e integradora, una profunda comprensión del contexto, abordaje multidisciplinario, capacidad estratégica y nuevas habilidades para alcanzar el máximo potencial de desarrollo en un contexto de cambio y evolución permanente.

## **CARACTERÍSTICAS**

El Programa se desarrollará en formato virtual sincrónico, con módulos teóricos brindados por expertos de la Industria en cada temática, presentación de casos reales de invitados especiales, instancias de práctica y un trabajo estratégico final. Adicionalmente se sumarán entrevistas grabadas y material de lectura complementarios.

## **DESTINATARIOS**

Gerentes, y profesionales que deseen aprender o mejorar su comprensión del Segmento de Productos de Alto Costo en la Industria Farmacéutica, ya sea que estén trabajando en alguna de las áreas y deseen comprender holísticamente el resto o bien actualizarse, como quienes no trabajan en alto costo, pero desean aprender cómo funciona o ingresar a trabajar en este mercado.

Especialmente dirigido a quienes se desempeñen, entre otras, en las siguientes áreas: Marketing, Asuntos Médicos (Gerentes médicos, MSL's), Acceso, Fármaco-economía, Ventas (APM's, KAM's, otros), Entrenamiento, Programas de Pacientes, Relaciones Institucionales, Farmacovigilancia, Clinical Research y profesionales en áreas de soporte claves tales como: Regulatorio, Legales, Calidad (QA/SOPs), Compliance, Supply, entre otros.

*Se requiere una base de conocimiento interno de al menos, la Industria de Cuidados Primarios. El programa no está dirigido a expertos en alto costo.*

*La participación de personas que no pertenecen a la industria Farmacéutica deberá ser evaluada por las Directoras Académicas.*

## **OBJETIVOS**

La Diplomatura en Management Estratégico de Productos de Alto Costo en la Industria Farmacéutica tiene como objetivos:

- Promover el conocimiento del Sistema de Salud, tendencias, nuevas opciones terapéuticas, abordajes innovadores y nuevos mercados.
- Facilitar la comprensión de roles y prioridades de stakeholders fundamentales en el desarrollo de negocios de alto costo, así como la legislación y regulaciones vigentes en estos mercados.
- Brindar una comprensión integral estratégica que permita dimensionar escenarios, gerenciar efectivamente y planificar el lanzamiento de productos de alto costo, desde el registro, abordaje científico, aspectos regulatorios y legales, hasta la comercialización y promoción, desde la perspectiva de diferentes stakeholders y mercados
- Analizar herramientas tácticas efectivas e innovadoras, compartiendo mejores prácticas y casos reales con profesionales de trayectoria y actores de la Industria.
- Complementar los conocimientos con habilidades “interpersonales” requeridas para el liderazgo de proyectos multidisciplinarios, networking y relacionamiento en los segmentos especiales, incorporando herramientas de comunicación, coaching y PNL (programación neurolingüística) a lo largo del Programa.

## CONTENIDOS DEL CURSO

### **MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN a los MERCADOS de PRODUCTOS DE ALTO COSTO**

#### *Objetivo:*

Brindar una comprensión integral de las tendencias en Salud y en el mercado de productos de alto costo; comprender mercados y terapias clave, así como los drivers del negocio.

#### *Contenidos:*

Tendencias en Salud y en la Industria Farmacéutica. Mercados de Alto Costo, principales mercados, moléculas, productos y Laboratorios. Innovación en Salud, *beyond the pill*. Stakeholders internos y externos; evolución e importancia para la Industria. El paciente empoderado y la adopción de la innovación. Customer centricity.

Investigación clínica: roles y responsabilidades. Estudios clínicos: fases, diseños, objetivos, análisis de la evidencia y su utilización estratégica. Aspectos regulatorios. Innovación en R&D,

### **MÓDULO 2: PRINCIPALES MERCADOS DE ALTO COSTO**

#### *Objetivo:*

Compartir los key drivers de mercados clave en alto costo

#### *Contenidos:*

Productos biológicos y biosimilares: diferencias, comprensión del proceso desde el desarrollo hasta la aplicación clínica. Variaciones en el mercado con la introducción de biosimilares, tendencias y aprendizajes. Diferentes perspectivas.

Innovación, drivers y factores críticos de éxito (CSFs) de los principales mercados de alto costo: Oncología, Enfermedades Poco Frecuentes y Terapia Génica.

Medicina de precisión al servicio del paciente: data science, IA, machine learning, deep learning, potenciando la innovación en salud. Casos de la Industria. RWE y RWD; su aplicación en la Industria.

### **MÓDULO 3: PROMOCIÓN y COMERCIALIZACIÓN de PRODUCTOS DE ALTO COSTO. PLANES ESTRATÉGICOS.**

#### *Objetivo:*

Comprender herramientas diagnósticas esenciales e innovadoras y cómo construir Planes Estratégicos sólidos desde el diagnóstico, pre-lanzamiento y preparación del mercado, hasta el lanzamiento y comercialización.

#### *Contenidos:*

Dimensionamiento y fuentes de información en mercados de alto costo; definiciones, competidores, auditorias, identificación de fuentes de datos para la construcción, seguimiento de ventas y share. Herramientas diagnósticas. El rol de Business Development.

Autoridades Sanitarias. Estrategia y timing de presentación de productos para registro. Innovación y Skills requeridos en un área clave

Medical Affairs como aliado estratégico del negocio: roles médicos, crecimiento e impacto del área, interacciones con stakeholders clave. Construcción de un Plan Médico Estratégico. Preparación del mercado. Conducción de Advisory Boards efectivos, Speakers Trainings, Reuniones de Expertos, Simposios de alto impacto, KOL mapping&management

Insights. Producto ampliado y generación de valor. Construcción de un Plan Estratégico de Marketing. Ecosistemas híbridos y comunicación de alto impacto. Awareness pre y post lanzamiento. Launch excellence.

Aspectos legales & Compliance

### **MÓDULO 4: ACTORES CLAVE EN MERCADOS de ALTO COSTO**

#### *Objetivo:*

Conocer a los principales stakeholders del Sistema de Salud y el abordaje estratégico desde las diferentes áreas de la Compañía. Pacientes, Médicos, Autoridades Sanitarias y Financiadores.

*Contenidos:*

Estructura del Sistema de Salud y sus principales actores. Esquemas de financiamiento para productos de alto costo. Visión del auditor. Estrategias innovadoras de acceso al mercado. El Rol del Depto de Acceso y Construcción de un Plan estratégico; factores críticos de éxito. Economía de la Salud: definición y herramientas.

Aspectos financieros: Análisis de escenarios, assumptions, presupuestación, pricing, P&L por negocio y por territorio. Comercialización de productos de alto costo: distribuidoras, droguerías especiales, farmacias, Instituciones.

Una visión integral con foco en el paciente: patient centricity. Desarrollo del vínculo con Asociaciones de Pacientes (Patient Advocacy). Desarrollo de Programas de Pacientes: una visión interdisciplinaria. Farmacovigilancia.

**MÓDULO 5: CONSTRUCCIÓN DE EQUIPOS EFECTIVOS.***Objetivo:*

Complementar los conocimientos con habilidades interpersonales requeridas para el liderazgo de proyectos multidisciplinarios, networking y relacionamiento, en los Segmentos de Especialidades.

*Contenidos:*

Equipos de venta y comercialización de Productos especiales. Perfil, más allá de la venta. Nuevos roles: MSL, KAM. Customer excellence.

Entrenamiento. Construcción y características de equipos de alto desempeño. Networking

Comunicación efectiva en entornos híbridos. Ajuste del mensaje de acuerdo a la audiencia: lenguaje verbal, para-verbal y no verbal. Entrenamiento. Negociación con auditores y manejo de evidencia científica.

## **DIRECTORAS ACADÉMICAS**

### **Dra. ADRIANA FOLTAN**

Médica, egresada de la Universidad Nacional de La Plata, con más de 18 años de trayectoria en la Industria Farmacéutica. En su experiencia corporativa se desempeñó en diversos roles médicos, de responsabilidad creciente. Fue Monitora de Ensayos Clínicos, Gerente de Calidad y Procedimientos Operativos Estándar (QS & SOPs), y ejerció roles en Farmacovigilancia y Asuntos Médicos. En este último sector, fue Gerente Regional de Información Médica y Gerente Médico de diversas áreas terapéuticas (Cardiovascular, Dolor, Infectología, Cinetosis y EPOC). Asimismo, estuvo a cargo de productos de alto precio (Oncología) por más de 12 años, en 5 mercados diferentes de Latinoamérica. Ascendió al rol de Líder Médico de Región, para múltiples mercados en LA, donde logró, junto a los equipos a su cargo, diversos reconocimientos de “Best Practices” para Mercados Emergentes.

Lideró los aspectos médicos del lanzamiento de 4 productos innovadores en el área de Oncología, así como de 7 nuevas indicaciones.

Previo a unirse a la industria farmacéutica, fue subinvestigadora en diversos estudios clínicos, en enfermedades infecciosas y EPOC.

Adicionalmente, Adriana es Coach Agile (Universidad Tecnológica Nacional), Coach Ontológico, Ejecutivo y Organizacional y está certificada como Practitioner en Programación Neurolingüística, (Escuela Argentina de PNL y Coaching). De manera complementaria, realizó cursos de Posgrado en Marketing Farmacéutico, Investigaciones Clínicas, e Investigaciones en Pacientes Vulnerables (pediátricos y oncológicos). Asimismo, realizó diversos cursos de capacitación sobre temas estratégicos, tales como Manejo de Prensa, Presentaciones Orales Efectivas, Negociación, Liderazgo y Gestión del cambio.

### **LIC. SILVIA NARDELLA**

Posee más de 30 años de experiencia en la Industria Farmacéutica, tanto en las áreas de Productos de alto precio como de Primary Care y venta libre, en empresas nacionales y multinacionales de primer nivel, liderando productos como Enbrel (Biológico), Copaxone, Lyrica, Lipitor, Ibupirac, entre otros, que ocuparon durante su gestión las primeras posiciones en el ranking de sus respectivos mercados. Llevó exitosamente adelante el switch de Ibupirac de venta bajo receta a venta libre, y el take-back de Lipitor a Pfizer. Consolidó en función de su experiencia en diversos mercados de la Industria, una visión estratégica sólida tanto en mercados de alto precio como en el resto de los mercados. Coordinó equipos multidisciplinarios externos e internos, equipos de ventas y de marketing. Se desempeñó en roles de responsabilidades crecientes tales como gerente de producto, gerente de línea y Business Unit Manager en diversas especialidades. Formó parte de equipos

regionales representando a su país y otros países de Latam. Ganó en dos oportunidades Microgrants de Pfizer Foundation. Como docente es la Directora del “Programa de Marketing Digital para Farma”, Directora Académica de la Diplomatura Management Estratégico de Productos de Alto Precio, Coordinadora Académica de la Diplomatura Universitaria Superior en Medical Affairs para la Formación de MSLs y Gerentes Médicos de la Industria Farmacéutica y Profesora en Programas de MKT Farmacéutico en diversas universidades. Asimismo, dicta workshops y cursos in Company sobre Marketing, Estrategia de negocios, Marketing Digital, Patient&Customer Experience, Innovación en Salud entre otras temáticas. Posee su propia consultora estratégica: The MKT Journey, que provee consultoría y capacitación, para la Industria de la Salud. Licenciada en Publicidad y Comunicación, es también Coach Ontológico, Coach Organizacional, Coach agile y Practitioner en PNL. Está Diplomada en Medios Digitales y en Innovación en el Trabajo.

## **COORDINADORES ADMINISTRATIVOS**

### **WALTER NOUYU**

Agile Coach (UTN), diplomado en coaching y liderazgo (Universidad Torcuato Di Tella) Walter tiene más de 25 años de experiencia en diferentes industrias, liderando equipos de trabajo en áreas técnicas, con amplio expertise en el manejo de personas, liderazgo de procesos y control de calidad. Actualmente se desempeña como Gerente de Calidad en Body Health Group.

### **LIC. JULIETA CANTONI**

Julieta es Licenciada en Gestión de Medios y Entretenimiento. Posee experiencia en coordinación regional de marketing en empresas líderes, en producción audiovisual de cursos de elearning y asistencia de cátedra en diferentes carreras en la UADE.

## **CUERPO ACADÉMICO**

### **ELEONORA AIELLO**

Farmacéutica (Univ. de Bs As, Argentina), Máster en Business Administration (UCEMA, Bs As, Argentina), Máster in Health Economics & Pharmacoeconomics (Univ de Pompeu Fabra, Barcelona España). Consultora en HEOR, HTA & Acceso para Farma y Medical Devices, con más de 20 años de experiencia en Acceso al Mercado y Farmacoeconomía, desarrollada en Compañías Farmacéuticas Internacionales, liderando posiciones que incluyen los mercados de Argentina, Perú, Colombia, Chile y Venezuela, para diferentes Áreas Terapéuticas.

**FERNANDO CARABAJAL ORTE**

Médico oncólogo egresado de la Universidad Nacional de Córdoba. Se desempeñó en el Hospital Privado Centro Médico de Córdoba y en el Sanatorio Güemes de Buenos Aires. En la Industria Farmacéutica, Fernando cuenta con más de 12 años de experiencia en el área de Medical Affairs con posiciones gerenciales en Latinoamérica Sur y México, y otros roles a nivel global. Las empresas para las cuales trabajó fueron Novartis, Pfizer, Janssen y MSD, donde se desempeña actualmente como Director Senior Global para Medical Affairs en Hematología, con foco en leucemias.

**NATALIA FERNANDEZ FRUTTERO**

Médica egresada de la Universidad Nacional de La Plata. Máster en Ingeniería Genética y Biología Molecular. Posgrado en Biotecnología, Innovación y Negocios. Programa Ejecutivo en Management. Natalia cuenta con más de 20 años de experiencia en la Industria Biotecnológica, habiendo desempeñado diferentes roles en el área de Market Access, Patient Advocacy y Medical Affairs en Genzyme Argentina. En los últimos años se desempeñó como Country Manager en Argentina para Spark Therapeutics, teniendo a cargo las tareas de prelanzamiento de Luxturna, primera terapia génica para una enfermedad poco frecuente aprobada por la FDA.

Actualmente es consultora independiente para el desarrollo de negocios y proyectos que tengan que ver con enfermedades poco frecuentes, para diferentes compañías multinacionales, y es socia fundadora de NatGen, empresa de desarrollo de suplementos nutricionales basados en la nutrigenética y nutrigenómica. Desde el año 2019 se desempeña como consultora de PTC Therapeutics, teniendo a cargo el área de terapia génica para deficiencia de AADC en Argentina, México, Chile y Uruguay.

**CHRISTIAN HÖCHT**

Farmacéutico, Profesor Titular de la Cátedra de Farmacología de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la UBA, Director de Cursos de Posgrado y Secretario de Extensión Universitaria y Bienestar Estudiantil en la misma universidad. Ha publicado 90 trabajos científicos originales, 20 artículos de revisión, 1 trabajo de opinión y 2 artículos de difusión, así como varios capítulos en diferentes libros. También se ha desempeñado como revisor de trabajos científicos publicados en revistas internacionales como Drugs in R&D, Journal of Pharmacy and Pharmacology, entre otras, y en el Comité editorial de las mismas revistas. Ha participado en numerosas conferencias, simposios y mesas en eventos nacionales, disertando sobre productos biotecnológicos y biosimilares e inmunogenicidad, entre otros tópicos. Ha sido también director en varios proyectos de investigación.

**SANDRA MAZA**

Farmacéutica de la Universidad de Buenos Aires. Consultora Especializada en Asuntos Regulatorios. Sandra es una profesional con 25 años de experiencia en alta dirección en la industria farmacéutica, liderando, gestionando y proporcionando visión estratégica a sus equipos, brindando soporte para desarrollar y ejecutar estrategias y planes regulatorios. Aplica sus habilidades de negociación y comunicación para alcanzar objetivos, con equipos de alta performance. Ex Directora de Asuntos Regulatorios y Directora Técnica en laboratorios Pfizer para la región SOLA (South Latin America). Sandra ha trabajado en la industria farmacéutica desde 1991, en empresas de origen nacional, europeo y norteamericano.

Recibió diversos reconocimientos, destacando el Craig A Saxton Team Awards 2021 y Emerging Market Infinity Award 2021, por liderar un proyecto para la creación de un nuevo dossier de Latinoamérica, para acelerar el acceso de los pacientes a los medicamentos y por el trabajo realizado durante el ensayo clínico de la vacuna de Pfizer-BioNTech para el Covid, durante el 2020. También recibió un reconocimiento de la Cámara de Especialidades Medicinales (CAEME) a la labor destacada y el compromiso en la Comisión de Asuntos Regulatorios, 2020.

Posee diversos posgrados y cursos de capacitación: Health Management Pharmacoconomy, otorgado por la International Society for Pharmacoepidemiology. Desarrollo de Documentos Científicos de la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Farmacia y Bioquímica. Periodismo Científico, de la Universidad Interamericana. Posgrado en Farmacología, Universidad de Buenos Aires. Curso de Inteligencia emocional en Ernst & Young. School of Medicine and CMC Regulatory Compliance for Biopharmaceuticals & Biologics at Center for Professional Innovation & Education Inc, Estados Unidos. En el 2017, cursó y aprobó el posgrado Programa Ejecutivo en Desarrollo Gerencial, dictado en la Universidad Torcuato Di Tella. En el 2019 realizó el Curso de Terapia Génica, dictado por Gene Therapy Academy, de EE. UU. En el 2022 cursó el Digital Transformation Program, de la Stanford University de Estados Unidos.

**MARIA NOEL MOZZARELLI**

Licenciada en Cs. Biológicas con Orientación en Biotecnología y Biología Molecular de la Universidad de Buenos Aires. Certificada en la American Society of Quality ASQ como Quality Improvement Associate. Se unió a la industria en 1997, y desde entonces ha asumido roles de responsabilidad creciente. Inicialmente en Estándares de Seguridad y Calidad. En 2006 comenzó a trabajar como Directora Asociada en el Grupo de Auditoría de la Unidad de Seguridad de Medicamentos (PCU) y la Unidad de Seguridad Médica (DSU) de Medical Quality Assurance. Como auditor de MQA, Noel dirigió una amplia gama de auditorías complejas, incluidas auditorías de sitios, auditorías de proveedores (por ejemplo, call centers) y auditorías de organizaciones de países de todo el mundo (América Latina, Asia, Europa, África, Oceanía y América del Norte). Ella ha sido una persona fundamental en el desarrollo de Programas de Pacientes / Clientes y ha contribuido a

impulsar una serie de mejoras en los procesos para mitigar riesgos. Con el paso de los años, Noel fue mentora, capacitó a auditores y estableció sólidas relaciones con los clientes, al mismo tiempo que proporcionó conocimientos técnicos claves dentro de la organización de países de la empresa a la que pertenece. En noviembre de 2015, ocupó un puesto en la comisión como Directora de Comunicaciones y Cambio, donde ayudó a Operaciones Comerciales Globales a impulsar mejoras de procesos en el espacio de los programas de pacientes/clientes, donde también trabajó como Líder Global de Implementación de Calidad en Operaciones Comerciales Globales (GCO). Actualmente es líder de Audit readiness y supervisión de calidad para Biopharma Operations, en Pfizer.

### **FABIAN MONTANARI**

Fabian es Licenciado en Administración de la UBA. Se desarrolló como Coordinador de Acceso de Bayer, Manager de Acceso de Janssen Cilag, Gerente Comercial de Abbott Nutrition y Consultor Independiente. Actualmente se desempeña como Gerente Comercial de Tratamientos Especiales en la Droguería Suizo Argentina. También es docente en el Curso de Acceso que se dicta en la Academia de Medicina.

### **JUAN MANUEL SANTA MARÍA**

Juan Manuel posee más de 20 años de experiencia en el sector salud debido a su desempeño en distintas áreas de trabajo en la industria farmacéutica, así como en posiciones de liderazgo en el área de consultoría del sector salud para Argentina, Brasil, Uruguay, Chile y Paraguay. Desempeñó cargos en diversas áreas tales como Producción Aseguramiento de la Calidad, Asuntos Regulatorios, Marketing e Inteligencia de Negocios en compañías farmacéuticas tales como Johnson & Johnson, Abbott Laboratories y Byk Argentina (actualmente Takeda).

En el año 2000 se unió a IMS Health (actualmente IQVIA) como Gerente de Servicios al Cliente, extendiendo luego sus tareas a la Gerencia Comercial para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, desarrollando posteriormente la unidad de negocios de Consultoría y Servicios para el Cono Sur de Latinoamérica.

Juan Manuel ha llevado adelante más de un centenar de proyectos referidos al Rediseño Organizacional de Operaciones Comerciales, Optimización de Portafolios, Estrategias de Go to Market en mercados de especialidades, Dimensionamiento y Alineamiento de Fuerza de Ventas, Estrategias de Market Access para Alto Costo, Desarrollo de Nuevos Mercados y Lanzamiento de Nuevos Productos, entre otros proyectos.

Actualmente ocupa la Gerencia General de IQVIA Argentina.

También desarrolla actividad académica como profesor titular de la materia 'Industria y Mercado de Medicamentos' en la Maestría en Farmacopolíticas de la Universidad i-Salud.

Juan Manuel es graduado de la Licenciatura en Ciencias Químicas de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la UBA, y posee una Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de San Andrés, Argentina.

### **GERMAN TOMAS**

Germán cuenta con más de 15 años de experiencia en el área de la formación y el desarrollo de personas, y se ha desempeñado en compañías multinacionales de primera línea tanto fuera como dentro de la industria farmacéutica.

Desde el punto de vista académico cuenta con una Licenciatura en Relaciones Internacionales; un Diplomado en Comportamiento Organizacional; un segundo Diplomado en Capacitación Corporativa; una Certificación en KAM Training; otra adicional en Técnicas Profesionales de Promoción Médica, Coaching de Ventas y Estilos Comportamentales; además de ser Master Coach certificado, entre otros postgrados y reconocimientos.

Actualmente ocupa el rol de “Commercial Learning & Coaching Manager para Cono Sur” en Bayer, siendo el responsable de entrenamiento dentro de la Unidad de Negocio “Pharmaceuticals”.

### **NICOLÁS VICENTE**

Nicolas es Licenciado en Administración de la UCA y posee un MBA en la Universidad DiTella.

Actualmente es Director de Acceso para global en Pfizer. Tiene más de 15 años de experiencia en la industria farmacéutica habiendo trabajado las áreas de finanzas, desarrollo de nuevos negocios, extensiones de línea y acceso.

Otros profesores invitados

***Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.***

## **CONSIDERACIONES GENERALES**

### **INICIO**

6 de JUNIO de 2023

### **FINALIZACIÓN**

28 de NOVIEMBRE de 2023

## **DURACIÓN**

El curso completo tiene una duración de 75 horas reloj, desarrolladas de acuerdo a la siguiente modalidad:

- 25 módulos
- (A realizarse en encuentros semanales de 3 h. cada uno)
- La modalidad de la cursada es ONLINE y sincrónica.
- **CLASES POR PLATAFORMA ZOOM**

## **DÍAS Y HORARIOS DE CURSADA**

Martes de 18.30 a 21.30hs

## **ADMISIÓN**

En caso de no pertenecer actualmente a la Industria Farmacéutica, o trabajar en mercados de venta libre o devices, la admisión deberá ser aprobada por las Directoras Académicas de la Diplomatura previa entrevista

## **APROBACIÓN**

Como requisito para aprobación del Programa se solicitará una asistencia mínima al 75% de las clases, el pago completo del Curso y la presentación de un Plan Estratégico grupal, para consolidar los conocimientos adquiridos.

## **METODOLOGÍA**

Formato virtual sincrónico, con módulos teóricos brindados por expertos de la Industria en cada temática, análisis de casos reales de invitados especiales, instancias de práctica. Adicionalmente se sumarán entrevistas grabadas y material de lectura complementarios. Presentación y discusión del Plan Estratégico de Negocios al finalizar el curso.

## **MATERIAL DIDÁCTICO**

Se enviarán las presentaciones de cada clase en formato pdf digital. Los videos de las clases se compartirán con aquellas personas que no hayan podido asistir a la clase correspondiente, con una posibilidad de visualización de 7 días.

## **DOCUMENTACION**

Presentar la solicitud de inscripción, título de grado (en caso de poseerlo) y fotocopia del documento de identidad.

## **CERTIFICACIÓN**

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado de aprobación, a quienes cumplan con las evaluaciones y/o trabajos finales. Caso contrario solo se emitirá un certificado de asistencia.

***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***