

# MÁSTER

---

## MÁSTER EN VISITADOR MÉDICO PROFESIONAL

**esneca**  
BUSINESS SCHOOL

MAS204

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



## DESTINATARIOS

Este máster experto de visitador médico está dirigido a todos los profesionales o personas interesadas en este sector que pretendan adquirir los conocimientos necesarios en técnicas de venta del visitador médico, ética profesional y el uso racional de los medicamentos.

A través de este conjunto de materiales didácticos el alumnado podrá obtener una visión de las técnicas de venta, fases del mercado, estudios de mercado y sus tipos. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno encontrará ejercicios de autoevaluación para poder evaluar el nivel y los conocimientos adquiridos en cada apartado, y que él mismo podrá corregir a través del solucionario.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

## FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA  
600H



MODALIDAD  
A DISTANCIA / MIXTO  
\*Ambas modalidades incluyen  
módulos con clases en directo



CURSO INICIAL  
ONLINE



TUTORIAS  
PERSONALIZADAS



IDIOMA  
CASTELLANO



DURACIÓN  
HASTA UN AÑO  
\*Prorrogable



## IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 2380€  
VALOR ACTUAL: 595€

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

---

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER EN VISITADOR MÉDICO PROFESIONAL**”, de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

## REDES SOCIALES

---



[www.facebook.com/esnecaschool](http://www.facebook.com/esnecaschool)



[linkedin.com/school/esneca-business-school](https://linkedin.com/school/esneca-business-school)



[@esneca.business.school](https://www.instagram.com/esneca.business.school)



[www.esneca.com](http://www.esneca.com)



[www.twitter.com/ESNECA](https://www.twitter.com/ESNECA)



[www.esneca.com/blog](http://www.esneca.com/blog)

# **CONTENIDO FORMATIVO**

---

## **MÓDULO 1. TÉCNICAS DE VENTA**

### **TEMA 1. EL MERCADO**

1. Concepto de mercado
2. Definiciones y conceptos relacionados
3. División del mercado

### **TEMA 2. FASES DEL MERCADO**

1. Ciclo de vida del producto
2. El precio del producto
3. Ley de oferta y demanda
4. El precio y la elasticidad de la demanda
5. Comercialización y mercado
6. La marca

### **TEMA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS**

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
5. Tipos de mercado
6. Posicionamiento

### **TEMA 4. EL CONSUMIDOR**

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología; mercado
3. La psicología; consumidor
4. Necesidades
5. Motivaciones
6. Tipos de consumidores
7. Análisis del comportamiento del consumidor
8. Factores de influencia en la conducta del consumidor
9. Modelos del comportamiento del consumidor

### **TEMA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE**

1. Servicio al cliente
2. Asistencia al cliente
3. Información y formación del cliente
4. Satisfacción del cliente
5. Formas de hacer el seguimiento
6. Derechos del cliente-consumidor
7. Tratamiento de reclamaciones
8. Tratamiento de dudas y objeciones

## **TEMA 6. EL PROCESO DE COMPRA**

1. Proceso de decisión del comprador
2. Roles en el proceso de compra
3. Complejidad en el proceso de compra
4. Tipos de compra
5. Variables que influyen en el proceso de compra

## **TEMA 7. EL PUNTO DE VENTA**

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7. Animación

## **TEMA 8. VENTAS**

1. Introducción
2. Teoría de las ventas
3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas

## **TEMA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA**

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta
7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
8. Actitud y comunicación no verbal

## **TEMA 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES**

1. La motivación
2. Técnicas de motivación
3. Satisfacción en el trabajo
4. Remuneración comercial

## **TEMA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL**

1. Proceso de comunicación
2. Elementos de la comunicación comercial
3. Estructura del mensaje
4. Fuentes de información
5. Estrategias para mejorar la comunicación
6. Comunicación dentro de la empresa

## **TEMA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL**

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. Escucha activa
3. Lenguaje corporal

## **TEMA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD**

1. Inteligencias múltiples
2. Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
3. Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
4. Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

## **TEMA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA**

1. Introducción
2. Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
3. El lenguaje emocional
4. Habilidades de la Inteligencia Emocional
5. Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
6. Establecer objetivos adecuados
7. Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

## **TEMA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE**

1. Metodología que debe seguir el vendedor
2. Ejemplo de una preparación en la información e investigación

## **TEMA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO**

1. Presentación
2. Cómo captar la atención
3. Argumentación
4. Contra objeciones
5. Demostración
6. Negociación

## **TEMA 17. LA NEGOCIACIÓN**

1. Concepto de negociación
2. Bases fundamentales de los procesos de negociación
3. Tipos de negociadores
4. Las conductas de los buenos negociadores
5. Fases de la negociación
6. Estrategias de negociación
7. Tácticas de negociación
8. Cuestiones prácticas de negociación

## **TEMA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA**

1. Estrategias para cerrar la venta
2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
3. Técnicas y tipos de cierre
4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

## **MÓDULO 2. LA PRÁCTICA PROFESIONAL DEL VISITADOR MÉDICO**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. EL VISITADOR MÉDICO**

1. El visitador médico
2. Nuevo perfil del visitador médico
3. La selección de visitadores médicos
4. La formación del visitador médico
5. Identificación a los profesionales de la salud
6. La entrevista de ventas con el médico
7. Técnicas de venta del visitador médico
8. Ética profesional del visitador médico
9. Aportación de la industria farmacéutica a la salud y el uso racional de los medicamentos y productos sanitarios
10. Galería de situaciones