



PRESENTACIÓN

Breve descripción:

- **Titulación:** Máster Universitario en Gestión de Empresas Pharma-Biotech
- **Módulo/Materia:** Gestión Empresarial/Dirección Comercial y Estratégica
- **ECTS:** 2
- **Curso, semestre:** 2025-26
- **Carácter:** obligatorio
- **Profesorado:** Dra. Pilar Trucios (pilar.trucios@gmail.com)
- **Idioma:** castellano
- **Aula, Horario:** Aula 05. El horario está a disposición de los alumnos en Google calendar.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Competencias básicas

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias generales

CG1. Desarrollar capacidad de liderazgo, creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor en el ámbito de la empresa farmacéutica.

CG2. Trabajar formando parte de equipos multidisciplinares y colaborar con otros profesionales del área.

CG4. Visualizar y saber distinguir las mejores opciones de expansión de la Empresa así como las oportunidades de negocio.

Competencias específicas

CE2. Conocer las estrategias comerciales, de marketing y prestación de servicios y aplicarlas al ámbito de la industria farmacéutica y afines.



CE3. Conocer la gestión de los procesos de puesta en el mercado y lanzamiento de productos del sector farmacéutico.

CE4. Conocer las herramientas para el análisis, toma de decisiones y resolución de problemas que les permitan dirigir departamentos organizativos y comerciales del sector farmacéutico.

CE5. Analizar e identificar situaciones y nuevas oportunidades de negocio dentro del sector para realizar planes de acción

CE7. Diseñar y evaluar estrategias empresariales competitivas en el sector farmacéutico y afines mediante herramientas avanzadas

PROGRAMA

Sesión 1. La digitalización: Estrategia, modelos de negocio y tendencias.

Sesión 2. Tecnologías que están cambiando el mundo y la empresa. Aplicación en la industria farmacéutica.

Sesión 3. Tecnologías y analítica para la venta y el marketing en la industria farmacéutica. Ciberseguridad y protección de datos.

Sesión 4. La transformación digital de las operaciones comerciales.

Sesión 5. Estrategia de Marketing digital y RRSS en la empresa farmacéutica.

Sesión 6. La gestión e integración de datos de los pacientes para la toma de decisiones.

Sesión 7. La estrategia digital pasa por la innovación en la empresa.

Sesión 8 y 9. Taller de digitalización en el mundo farmacéutico.

Sesión 10. EXAMEN

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología didáctica de esta asignatura emplea clases expositivas (Conferencias /coloquio, caso y taller) apoyadas con los correspondientes medios audiovisuales. Además, esta asignatura tiene prevista la realización de pruebas de evaluación además de la presentación del proyecto de ideación.

Metodología didáctica

Conferencias. El profesor propone debates durante las clases teóricas y conferencias. Los estudiantes deben venir preparados a las conferencias habiendo leído las lecturas recomendadas y habiendo preparado los ejercicios que se les pedirán para las tres sesiones de taller. Atender a las clases y participar en ellas son requerimientos esenciales para conseguir la efectividad necesaria durante las conferencias.

Presentación oral. Cada estudiante vendrá a la primera sesión del taller con una idea de transformación digital. Deberá pensar un problema no resuelto, una mejora o una necesidad en una empresa tradicional (del sector farmacéutico, del ámbito de la salud en



Universidad de Navarra

general o del mundo del software). Es importante que este problema o necesidad se pueda resolver o poner en marcha con tecnologías.

* En la primera sesión del taller: cada alumno presentará individualmente su idea de negocio o mejora.

* En la segunda y tercera sesión del taller: los alumnos desarrollarán un Deck y realizarán en grupo un *pitch* de 5 minutos presentando al resto de la clase su proyecto de digitalización. Se espera que todos los alumnos hagan preguntas durante las presentaciones.

Para la evaluación final, se entregará el deck con explicación adicional en un folio máximo.

Aprendizaje colaborativo y participación en clase. Los estudiantes trabajarán en grupos con guía del profesor. Los trabajos serán específicos sobre una idea de negocio, una mejora de procesos, un producto o un servicio lanzado desde una empresa tradicional.

Lectura y estudio individual. Cada estudiante necesita organizar su tiempo fuera de clase para poder realizar toda la lectura previa a las clases. El alumno tiene lecturas y vídeos adicionales en el apartado de Bibliografía y Recursos. Además, los alumnos tendrán que investigar en Internet para presentar individualmente la idea de negocio el primer día de taller.

Trabajo de presentación escrito y oral en grupo. Al final la asignatura, los estudiantes deberán presentar por grupos y por escrito un proyecto de digitalización en formato Deck. Entregarán el Deck y un explicación adicional en un máximo de un folio.

Tutoriales. Los estudiantes podrán reunirse con el profesor fuera de la clase cuando sea requerido para resolver dudas o encauzar los proyectos. Las citas se concertarán por mail con el profesor.

Actividades formativas (2 ECTS x 25 = 50 h)

- Clases presenciales teóricas: 16 h
- Tutorías: 1 h
- Trabajo no presencial del alumno: 28 h
- Trabajo dirigido: 4 h
- Evaluación: 1 h

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La evaluación está basada en un examen final, la participación en clase y la presentación de un trabajo en grupo.

Actividades a evaluar

Examen final (40%)

Participación en clase (20%)

Presentación individual y en grupo de un trabajo (40%)



Universidad
de Navarra

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Los alumnos que no aprueben en la convocatoria ordinaria (puntuación mínima de 5 sobre 10), deberán volver a realizar un examen con las mismas características anteriormente citadas en la convocatoria ordinaria.

Necesidades especiales

En el caso de alumnos con necesidades especiales, los criterios de evaluación podrán ser modificados para atender dicha necesidad.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Pilar Trucios

Concertar cita previamente por mail

mtrucios@external.unav.es

La atención se prestará presencial, por teléfono o Teams según necesidad.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada y notas técnicas:

La transformación digital es algo continuo y cualquier bibliografía se queda obsoleta en muy poco tiempo, por eso se detallan algunas referencias de medios de comunicación, consultoras, plataformas para hacer cursos, asociaciones, estudios anuales, eventos de referencia, donde encontrar información sobre digitalización y tecnología, también en el ámbito farmacéutico.

Podéis localizar los enlaces en los contenidos de ADI.