



www.inesalud.com

La escuela de
formación online líder
en el sector de la salud



**Master de Formación Permanente en Market Access Farmacéutico + 60
Créditos ECTS**

Avalado por:



Universidad Europea
Miguel de Cervantes

Master Market Access
Farm...

[Ver curso en la web](#)

ÍNDICE

1

Sobre
INESALUD

2

Somos
INESALUD

3

Nuestros
valores

4

Metodología
EDAN

5

Alianzas

6

Razones
por las que
elegir
INESALUD

7

Nombre
formación,
datos clave
y titulación

8

Objetivos
y salidas
laborales

9

Temario

10

Becas y
financiación

11

Formas de pago

12

Contacto

SOBRE INESALUD

SUMA CONOCIMIENTO PARA AVANZAR EN SALUD

INESALUD es dedicación, vocación y profesionalidad. Es tender la mano, inyectar ánimo y extraer malestar. O lo que es lo mismo, mejorar la vida de los demás y velar por la calidad de su existencia. Porque no concebimos un sistema que no proteja el bienestar y la salud de sus ciudadanos. Como tampoco entendemos el cuidado del plano físico sin el mental. Por eso, **INESALUD** es conocimiento, atención y compromiso. De ahí que nuestra mejor medicina siempre sea la investigación combinada con la pasión que le ponemos a nuestro trabajo día tras día.

SOMOS INESALUD

INESALUD es un centro de educación online especializado en ciencias de la salud que ofrece formación superior con contenidos de alta calidad e impartidos por docentes reconocidos y en activo.

Gracias a la metodología **EDAN** el alumnado aprende de una forma dinámica y práctica, con contenido exclusivo, actualizado y accesible en cualquier momento o lugar, garantizando la máxima flexibilidad de estudio. Además, la formación es impartida por docentes que trasladan todo su conocimiento y experiencia de forma práctica y aseguran un aprendizaje efectivo y adaptado al entorno laboral.

+ 18 años
formando a especialistas
de la salud

+ de 50.000
estudiantes formados

98%
tasa empleabilidad

NUESTROS VALORES

Compromiso

Somos responsables y estamos comprometidos con la sociedad y con su bienestar. Este deber se materializa en ofrecer una formación de calidad con el objetivo de capacitar a los mejores profesionales sanitarios, preparándolos para hacer frente a las exigencias que demanda el sector de la salud.

Calidad

Nuestra condición es ofrecer un servicio sobresaliente y garantizar la satisfacción del alumnado. Velamos por la excelencia en nuestros procesos, temarios, claustro y oferta formativa. Estamos en constante cambio para responder a las necesidades de los estudiantes y a los avances científicos.

Aplicabilidad

Nuestra misión es ofrecer un modelo de aprendizaje práctico, que desarrolle el potencial del alumnado y sea de aplicación directa en su sector. Somos dúctiles, nos ajustamos a la realidad y entendemos que nuestro objetivo es instruir y preparar a profesionales en el mundo de la salud.

Empatía

La sociedad y su bienestar nos importan. Somos humanos y sensitivos. Nos esforzamos por entender las circunstancias de las personas que nos rodean y aplicamos la escucha activa, captando, comprendiendo y aliviando.

METODOLOGÍA EDAN

La Metodología EDAN es un sistema pedagógico basado en el aprendizaje activo. Esto significa que el alumnado adquiere conocimientos de forma práctica y dinámica, interactuando con otros compañeros del ámbito de la salud y desarrollando su capacidad crítica mediante supuestos reales. Esta metodología se define por ser:

Eficaz

INESALUD ofrece una formación útil y efectiva. La metodología EDAN tiene en cuenta las circunstancias del alumnado y el tiempo del que dispone. Por eso, el profesorado muestra un fiel compromiso con el estudiante e imparte la formación de forma clara y directa, combinando sus objetivos con las necesidades del mercado laboral.

Dinámica

Un aprendizaje interactivo, en un campus dinámico y con recursos multimedia, permite al estudiante profundizar en el contenido y desarrollar su pensamiento crítico de una forma entretenida y enriquecedora. A través de la gamificación y de actividades con supuestos, el alumnado afianza conocimientos y refuerza lo aprendido.

Activa

El alumnado es el protagonista y se potencia que aprenda de forma proactiva y desenvuelta. En este sentido, se persigue que los estudiantes sean participativos y compartan su conocimiento y visión. Para cumplir con este objetivo, se favorece el collaborative learning, trabajando en equipo y compartiendo ideas y opiniones a través de foros.

Nutritiva

La formación de INESALUD se enmarca en el contexto actual de la medicina y los contenidos impartidos están actualizados según las novedades e investigaciones del sector. Los docentes, por su parte, priman una enseñanza aplicada al entorno laboral y se sirven de su experiencia para ofrecer un aprendizaje basado en casos reales.

ALIANZAS

INESALUD ofrece información en salud de la mano de un referente en el sector:



Gracias a esta asociación, el alumnado se forma con los mejores profesionales del sector, en activo y con gran experiencia como docentes y especialistas de la salud. Además, ambas entidades fomentan la investigación y la actualización de prácticas en el entorno de la salud, organizando congresos de forma continuada.



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



Universidad Europea
Miguel de Cervantes



SAN IGNACIO
UNIVERSITY
MIAMI, FL



e-CAMPUS
UNIVERSITY

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESALUD



Contenido de calidad

Diseñado cuidadosamente y actualizado día a día para adaptarse por completo a la realidad laboral del momento.



Oposiciones

Obtén puntos para la bolsa de trabajo gracias a los cursos de formación sanitaria baremables.



Claustro de renombre

Profesores que trabajan en el sector sanitario y están especializados en diferentes áreas de la medicina.



Metodología online

Apostamos por ofrecer estudios online con las herramientas más innovadoras.



Flexibilidad de estudio

Garantizando la calidad y excelencia estés donde estés y sea cual sea el momento en el que decidas estudiar.



Becas y financiación

Benefíciate de nuestro sistema de becas adaptadas a tu perfil y disfruta de nuestras facilidades de financiación.

Master de Formación Permanente en Market Access Farmacéutico + 60 Créditos ECTS

Para qué te prepara

Con este Master en Market Access Farmacéutico podrás ocupar roles tan importantes en el mundo de la industria del medicamento como especialista en Pricing, Key Account Manager y el Regional Account Manager, entre otros. Tendrás la posibilidad de aplicar estrategias negociadoras y de marketing a la industria del medicamento, desarrollando tus habilidades en esta área como enlace perfecto entre industria y mercado sanitario público y privado

Titulación

Con este Master en Market Access Farmacéutico podrás ocupar roles tan importantes en el mundo de la industria del medicamento como especialista en Pricing, Key Account Manager y el Regional Account Manager, entre otros. Tendrás la posibilidad de aplicar estrategias negociadoras y de marketing a la industria del medicamento, desarrollando tus habilidades en esta área como enlace perfecto entre industria y mercado sanitario público y privado



Objetivos

- Conocer el perfil del profesional del Access Market Farmacéutico - Familiarizarse con las posiciones relacionadas con el ámbito - Repasar los económicos relacionados con los medicamentos - Desarrollar las habilidades negociadoras - Mejorar el manejo de estrategias de mercado

A quién va dirigido

Este Master en Market Access Farmacéutico va orientado para aquellos profesionales sanitarios que orientan su perfil a la industria farmacéutica o al marketing, también a otros perfiles profesionales no sanitarios que desean desarrollar una carrera profesional en este campo y quieren ampliar sus conocimientos previos sobre un tema tan novedoso como el Acces Market Farmacéutico

Salidas laborales

Las salidas profesionales de este Master en Market Access Farmacéutico son las de especialista en estipulación de precios de medicamentos, como especialista en Pricing, Key Account Manager y el Regional Account Manager. Desarrollarás tu carrera profesional llevando a cabo la gestión, negociación e inmersión de productos farmacéuticos en el mercado.

MÓDULO 1. MARKET ACCESS FARMACÉUTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMA SANITARIO ESPAÑOL

1. Organización funcional y orgánica de los centros sanitarios
2. Centros sanitarios en el sistema sanitario español
3. Tipos de documentos en el ámbito sanitario
4. Vías de atención sanitaria al paciente
5. Personal sanitario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA DEL SISTEMA SANITARIO ESPAÑOL

1. ¿Qué se entiende por Sistema Sanitario?
2. Modelos de sistemas sanitarios
3. Clasificación de los sistemas sanitarios
4. Sistema Nacional de Salud
5. Niveles de intervención en el Sistema Nacional de Salud
6. Organización funcional y orgánica de los centros sanitarios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. AUTORIDADES SANITARIAS, AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS (AEMPS) AGENCIA EUROPEA DE MEDICAMENTOS (EMA) Y FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA)

1. Autoridades sanitarias, su importancia y funciones
2. AEMPS
3. EMA
4. FDA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MODELOS DE SISTEMAS SANITARIOS

1. Mercados de asistencia sanitarios frente a otros mercados
2. Financiación de servicios sanitarios
3. Sistemas sanitarios y aseguramiento
4. Modelos de gestión asistencial
5. La innovación en los modelos de gestión sanitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKET ACCESS Y RELACIONES INSTITUCIONALES

1. Principales características
2. Prestación farmacéutica
3. Comercialización y condiciones de financiación
4. Compra y comercialización de medicamentos
5. Planificación de market access: análisis y estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKET ACCESS SEGÚN MODELOS DE NEGOCIO

1. Mercados de baja y alta prevalencia en Atención Primaria
2. Mercados de baja prevalencia en ámbito hospitalario
3. Nichos de mercado en ámbito hospitalario
4. Otros modelos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PERFIL DEL PROFESIONAL DEL MARKET ACCESS

1. Relaciones Institucionales vs. Access market
2. Farmacoeconomía
3. Precios y reembolso
4. Key Account Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL VALOR DEL PRODUCTO

1. El valor económico del producto
2. Análisis de costes
3. Estudios de Impacto Presupuestario
4. Coste y carga de la enfermedad
5. Evaluaciones económicas
6. El valor clínico del producto
7. Calidad de vida relacionada con la salud (CVRS)
8. La demostración de valor del producto al sistema sanitario

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL DOSSIER DE VALOR NACIONAL

1. Conceptos
2. Contenidos del dossier
3. Adaptación del dossier a las diferentes Comunidades Autónomas
4. Herramientas para incorporar las preferencias de los pacientes

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EARLY MARKET ACCESS

1. Fundamentos
2. Elaboración del market Access landscape
3. Programa de Desarrollo Clínico
4. Escenarios de precios y acceso
5. Payer Value Proposition

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN DEL MARKET ACCESS

1. Gestión en atención primaria
2. Fase de prelanzamiento
3. Gestión de acceso a nivel regional
4. Uso de medicamentos
5. Acceso al mercado de medicamentos hospitalario
6. Gestión y estrategia de farmacia hospitalaria
7. Medicamentos de uso hospitalario
8. Criterios y clasificación de medicamentos
9. Gestión market Access en enfermedades raras
10. Gestión market Access en vacunas
11. Market Access en autocuidado
12. Gestión market Access en tecnologías sanitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 12. GESTIÓN ESTRATÉGICA

1. Objetivos, segmentación y estrategias de acceso

2. KPI's para market Access
3. El rol del paciente dentro del plan de Relaciones Institucionales
4. Gestión del producto en pacientes crónicos
5. Modelos de compra
6. Partners y acuerdos según gestión de pacientes
7. La sociedad científica y el plan de acceso
8. El lobby en España frente a Europa y Estados Unidos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. FINANCIACIÓN Y COMPRA DE MEDICAMENTOS

1. Esquemas de financiación tradicionales frente a nuevos esquemas
2. ARC y tipos de vinculación
3. Utilidad de los ARC
4. Guías de aplicación de ARC
5. Criterios de decisión para la aplicación de esquemas de pago

MÓDULO 2. FARMACOECONOMÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FARMACOECONOMIA

1. Concepto y utilidad de la farmacoeconomía
2. Medida del bienestar mediante la farmacoeconomía
3. Tipos de evaluaciones económicas
4. Etapas de la evaluación económica
5. Limitaciones de la farmacoeconomía

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD DE COSTES

1. Definición de la Contabilidad de Costes
2. Objetivos
3. Relación con la contabilidad de financiera
4. Concepto de coste
5. Clasificaciones de costes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONCEPTO DE COSTE EN EL PROCESO PRODUCTIVO

1. Conceptos de gasto, pago y coste
2. Costes del producto y del periodo
3. Costes directos e indirectos
4. Costes fijos y variables
5. Costes necesarios versus costes no necesarios: costes de la actividad y subactividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COSTES ESTANDARES Y AVANZADOS

1. Características del modelo de costes estándar
2. El coste estándar: su determinación
3. Cálculo y análisis de las desviaciones en el coste de los materiales directos
4. Cálculo y análisis de las desviaciones en el coste de la mano de obra directa
5. Cálculo y análisis de las desviaciones en costes directos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RIESGO EN EL ANÁLISIS DE INVERSIONES

1. Métodos simples del tratamiento del riesgo
2. Análisis de la sensibilidad y de los distintos escenarios
3. Decisiones secuenciales: arboles de decisión

MÓDULO 3. INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN MARKET ACCESS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA INDUSTRIA DE PROCESOS FARMACÉUTICOS

1. Estructura básica de las industrias farmacéuticas y afines Funciones
2. Relaciones funcionales de los departamentos de producción y acondicionado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SISTEMAS Y MÉTODOS DE TRABAJO

1. Métodos de trabajo
2. Estudio y organización del trabajo
3. Elaboración de guías

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LOS KEY OPINION LEADERS (KOL)

1. La comunicación y sus elementos
2. Tipos de comunicación
3. Técnicas de comunicación del MSL con los KOL
4. Búsqueda y reclutamiento de los KOL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN REALIZAR CON LOS KOL

1. Presentar resultados de estudios
2. Realizar reuniones de expertos
3. Sesiones científicas
4. Congresos
5. Reuniones de Ciclo
6. Presentaciones de productos, libros, etc
7. Lanzamiento de productos
8. Cuestionarios con metodología Delphi
9. Concursos
10. Test de formación de productos
11. Sesiones y casos clínicos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FUENTES DE INFORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN

1. Historia y evolución del concepto de fuentes de información
2. Fuentes de información primarias
3. Fuentes de información secundarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. USO RACIONAL DEL MEDICAMENTO

1. Uso racional de los medicamentos
2. Formación e información para la utilización adecuada de los medicamentos y productos sanitarios

3. Uso racional de medicamentos en la atención primaria a la salud
4. Uso racional de medicamentos en la atención hospitalaria y especializada
5. Uso racional de medicamentos en las oficinas de farmacia

MÓDULO 4. MARKETING FARMACÉUTICO E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y CONSUMIDORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados
4. La investigación cualitativa
5. La investigación cuantitativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las Organizaciones
2. El mercado: Concepto y delimitación
3. El mercado de bienes de consumo
4. El mercado industrial
5. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus características
2. La psicología; mercado
3. La psicología; consumidor
4. Necesidades
5. Motivaciones
6. Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ENGAGEMENT CON EL CLIENTE Y ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE

COMPRA

1. El ciclo de vida del cliente
2. El estudio del comportamiento de compra: ciclo de compra y consumo del cliente
3. El momento de la verdad “zero moment of truth”
4. Estrategias de fidelización de cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN EL MARKETING

1. Definición de comunicación. Los mensajes y sus formas
2. Mensajes y públicos
3. Principios y características del mensaje
4. La imagen corporativa
5. La marca
6. El mix de comunicación
7. Herramientas de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MARKETING FARMACÉUTICO

1. Marketing farmacéutico
2. Servicio científico
3. Tipos de mercados farmacéuticos
4. Regulación de la publicidad y promoción
5. Patentes y marcas
6. Asociaciones profesionales
7. Política de producto
8. Política de precio
9. Política de distribución
10. Comunicación farmacéutica

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FARMACOLOGÍA Y MARKETING ESPECIALIZADO

1. Biofarmacia
2. Formas farmacéuticas
3. Marketing de genéricos
4. Marketing de productos hospitalarios
5. Marketing personal

MÓDULO 5. MÉTODOS DE RESOLUCIÓN Y NEGOCIACIÓN EFICAZ

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN: EL CONFLICTO Y SUS CAUSAS

1. ¿Qué es un conflicto?
2. Tipos de conflicto
3. Causas del conflicto: causas personales, derivadas de las comunicaciones y estructurales o del entorno
4. Herramientas de diagnóstico
5. Secuencia de un conflicto
6. Comportamientos ante los conflictos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES PERSONALES PARA AFRONTAR CONFLICTOS

1. Habilidades en la resolución de conflictos
2. Habilidades de la personalidad inherentes a la persona
3. Habilidades de comunicación: escucha activa, saber preguntar, comunicación no verbal
4. Entrevistas
5. Persuadir y argumentar

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTILOS DE COMUNICACIÓN

1. Barreras de la comunicación
2. Herramientas para la mejora de la comunicación
3. Premisas de la comunicación
4. Comunicación eficaz

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HABILIDADES SOCIALES

1. Asertividad
2. Toma de decisiones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA NEGOCIACIÓN

1. Usos de la negociación
2. Aspectos a tener en cuenta en la negociación
3. Aspectos clave de la negociación
4. Cuándo podemos utilizar la negociación
5. Tipos de negociación
6. Variables en la negociación
7. Puntos clave en la negociación
8. Métodos de negociación
9. Estilos de negociación
10. Condiciones para la negociación
11. Tácticas de negociación
12. Tácticas de presión

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA NEGOCIACIÓN EFICAZ

1. Mejorar la eficacia
2. Negociación de principios
3. Factores en los que se apoya

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIADOR EFICAZ

1. Factores intervinientes
2. Normas para negociar con éxito
3. Negociación con personas difíciles

MÓDULO 6. DIRECTOR DE LABORATORIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL LABORATORIO DE ANÁLISIS CLÍNICO

1. Características generales del laboratorio de análisis clínicos
2. Funciones del personal de laboratorio
3. Seguridad y prevención de riesgos en el laboratorio de análisis clínicos
4. Eliminación de residuos
5. Control de calidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN DE MATERIALES, EQUIPOS BÁSICOS Y REACTIVOS

1. Materiales de laboratorio
2. Instrumentos y aparatos del laboratorio de análisis
3. Material volumétrico
4. Equipos automáticos
5. Reactivos químicos y biológicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMAS DE HIGIENE EN EL LABORATORIO CLÍNICO, LIMPIEZA, DESINFECCIÓN, ESTERILIZACIÓN Y CONSERVACIÓN DEL MATERIAL

1. Normas básicas de higiene en el laboratorio
2. Limpieza del material e instrumental clínico
3. Desinfección del material e instrumental clínico. Tipos de desinfectantes
4. Esterilización del material e instrumental clínico
5. Conservación y mantenimiento de equipos
6. Normas de orden y mantenimiento en el laboratorio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL LABORATORIO

1. Calidad en el laboratorio clínico o biomédico
2. La trazabilidad fundamento de calidad
3. Diferencia entre certificación y acreditación de laboratorios
4. Entidad Nacional de Acreditación (ENAC)
5. Ventajas de la acreditación de los laboratorios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL DIRECTOR

1. El director de laboratorio
2. Habilidades sociales y personales
3. Habilidades para la gestión de conflictos
4. Inteligencia emocional en las organizaciones
5. Principios de coaching ejecutivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los recursos humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes

7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación Interna
3. Herramientas de comunicación
4. Plan de comunicación interna
5. La comunicación Externa
6. Cultura empresarial o corporativa
7. Clima laboral
8. Motivación y satisfacción en el trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CONFLICTO LABORAL

1. Naturaleza del conflicto
2. Procedimiento administrativo de solución de conflictos colectivos
3. Procedimientos extrajudiciales de solución de conflictos colectivos
4. Procedimiento judicial de solución de conflictos colectivos
5. Ordenación de los procedimientos de presión colectiva o conflictos colectivos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. RIESGOS FÍSICOS. RIESGOS QUÍMICOS. RIESGOS BIOLÓGICOS. RIESGOS PSÍQUICOS Y SOCIALES

1. Introducción
2. Riesgos físicos
3. Riesgos químicos
4. Riesgos biológicos
5. Riesgos psíquicos y sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLANIFICACIÓN DE LA ACCIÓN PREVENTIVA

1. Identificación de peligros e identificación de riesgos asociados. Clasificación de los riesgos: higiénicos, de seguridad y ergonómicos
2. Análisis de riesgos. Determinación de la evitabilidad del riesgo
3. Evaluación de riesgos no evitables: Determinación de la tolerabilidad de los riesgos. Requisitos legales aplicables
4. Planificación de las acciones de eliminación de los riesgos evitables
5. Planificación de acciones de reducción y control de riesgos
6. Planificación de acciones de protección (colectiva e individual)
7. Plan de emergencias: Identificación de los escenarios de emergencia, organización del abordaje de la emergencia, organización de la evacuación, organización de los primeros auxilios

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PREVENCIÓN DE RIESGOS AMBIENTALES EN EL LABORATORIO

1. Residuos de laboratorio
2. Técnicas de eliminación de muestras como residuos
3. Control de dispositivos de seguimiento y de medición

MÓDULO 7. PROYECTO FIN DE MASTER

Master Market Access
Farm...

[Ver curso en la web](#)

BECAS Y FINANCIACIÓN

Consulta nuestro programa completo de becas en la web

25% Beca ALUMNI

20% Beca DESEMPLEO

15% Beca EMPRENDE

15% Beca RECOMIENDA

15% Beca GRUPO

20% Beca FAMILIA NUMEROSA

20% Beca DISCAPACIDAD

20% Beca para profesionales, sanitarios, colegiados/as



FORMAS DE PAGO



Tarjeta de crédito



PayPal

 bizum

Bizum

 amazon pay

Amazon Pay



PayU

Matricúlate en cómodos plazos sin intereses. Fracciona tu pago con la garantía de:



innovapay

Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin intereses.



¿Te ha parecido interesante esta formación?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

Llámadme gratis

¡Matricularme ya!

¿Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO
EDUCA EDTECH, C.P. 18.200, Maracena (Granada)

Telf.: 958 050 746

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h

Sábados: 10:00 a 14:00h

"¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!"

