

***MANUAL PRÁCTICO DE GESTIÓN DE LA OFICINA DE FARMACIA: Nuevos enfoques, nuevos retos. VOLUMEN 1: La empresa. El entorno empresarial de la Oficina de Farmacia. Nuevos escenarios. Marketing, Economía y Finanzas. Adolfo González Goicoechea. Profesor de Gestión y Planificación Farmacéutica (UPV/EHU)***

***AMV Ediciones, Madrid 2005. Un libro práctico para incorporar a la formación científica del farmacéutico las herramientas y técnicas de gestión directiva empresarial en el marco del entorno evolutivo de la Oficina de Farmacia.***

Parte I. A modo de introducción: La empresa. Definición, finalidad y objetivos. Funciones básicas y de crecimiento. Estructura organizativa. El entorno empresarial. Beneficio y rentabilidad. Clasificación mercantil. Parte II. La oficina de farmacia como empresa: Escenario legal, mercantil y fiscal. Compra y transmisión, ventajas fiscales. Funciones, estructura física y mercado. Parte III. El cliente, la estrategia y el resultado: Concepto y elementos del marketing. Retailing-marketing y oficina de farmacia. El plan de marketing. Simulación comentada de un plan de marketing para la implementación de una línea de cuidado facial femenino. Preguntas de autoevaluación. Respuestas. Interpretación del balance de situación y la cuenta de resultados. Autoevaluación. Ejercicios. Resultados. **210 páginas, 150 ilustraciones (tablas con datos de interés, esquemas, ejemplos prácticos, ejercicios, resultados...).** Precio 30 € incluidos gastos de envío.

**Pedidos:** Por teléfono (91 533 6926). Por Fax (91 553 0286). Por correo electrónico: amadrid @ acta.es y amadrid@amvediciones.com