

EXECUTIVE
EDUCATION



PROGRAMA SUPERIOR EN **MARKET ACCESS**

II EDICIÓN



1. SOBRE CESIF

CESIF es una institución privada, nacida en 1990, cuya actividad está centrada en las industrias farmacéutica, parafarmacéutica, biotecnológica, alimentaria, química, cosmética y -en general- en todos aquellos sectores afines relacionados con la sanidad.

El objetivo prioritario de CESIF es la formación de profesionales con un alto nivel de especialización en las distintas posiciones técnicas y directivas que ofrecen las empresas, complementando las áreas docentes con una preparación exhaustiva y personalizada para la búsqueda de empleo y el desarrollo profesional.



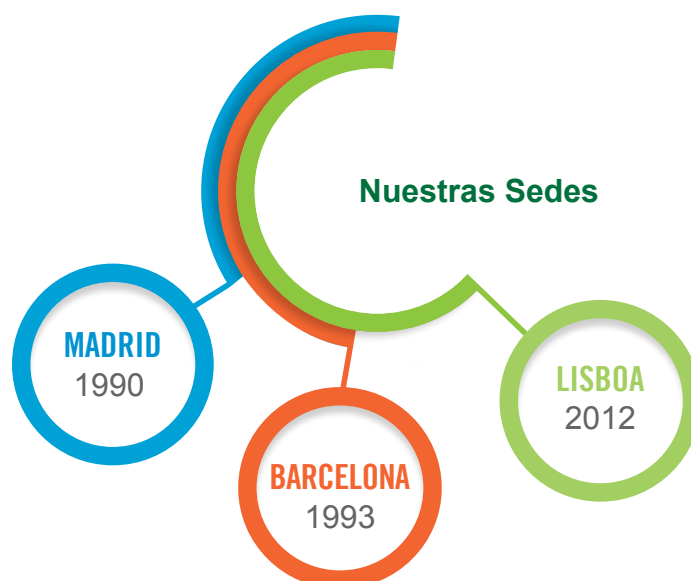
Misión

Una empresa comprometida con el Desarrollo Profesional y Personal de sus Alumnos para mejorar su competitividad en el mercado laboral y facilitar su proyección profesional potenciando el Talento y Habilidades claves para una mayor eficiencia en su desempeño.

Visión

Una referencia mundial en las actividades de formación y consultoría de alta especialización, contribuyendo al desarrollo de los sectores farmacéutico, biotecnológico, alimentario, químico y cosmético; industrias esenciales para la economía.

Estructura



2. MARCO DE REFERENCIA

En España, la atención o provisión sanitaria está totalmente transferida a las CCAA, incluyendo los recursos necesarios para su financiación. Ya desde la finalización de las transferencias sanitarias a las CCAA en enero de 2002, la Industria Biofarmacéutica percibe un cambio en los procesos de autorización y comercialización de los medicamentos, y un movimiento en las relaciones de “poder” por la aparición de nuevos actores en el panorama del medicamento.

El Sistema Nacional de Salud, como cualquier otro Sistema Sanitario, tiene una serie de problemas a los que se enfrenta en condiciones “normales”: aumento de la población envejecida, que requiere más cuidados sanitarios con la edad; incremento de las patologías crónicas, que suponen la gran partida presupuestaria; aumento de la supervivencia de la población por la mejora en la calidad de vida gracias a la innovación; pacientes cada vez más y mejor informados sobre su salud a través de internet, a la vez que con un creciente compromiso con su cuidado.



Especialmente en los últimos años, y a raíz de la grave crisis económica, se ha puesto de manifiesto que los recursos disponibles para cubrir la atención sanitaria de la población no son suficientes ante la ilimitada demanda de la sociedad en cuidado sanitario. Las necesidades de la población crecen de manera más rápida de lo que lo hace el presupuesto sanitario. El medicamento es una de las alternativas terapéuticas más utilizadas en la práctica médica diaria.

A raíz de esta crisis global, se cuestiona la sostenibilidad del SNS, se incrementa el déficit (más gasto que presupuesto) y la deuda (se deja de pagar a proveedores que pasan a financiar al sistema, etc.) y se toman medidas para disminuir los gastos tanto a nivel central, como regional y local. Se genera una importante desconfianza entre el nivel central y autonómico, pero también entre los distintos actores de la cadena como consecuencia de esta incertidumbre.



Se crean barreras diversas en el Acceso a la Innovación a nivel central y de las CCAA, poniendo en duda la aportación de las tecnologías sanitarias en general. Cada vez hay un sentimiento más unánime entre los profesionales sanitarios de la relevancia de la utilización de las Evaluaciones Económicas de los Medicamentos a la hora de tomar decisiones terapéuticas más coherentes y racionales. Esta Evaluación Económica, así como el análisis y la valoración de los resultados en salud, se convierten en claves para la decisión de precio y reembolso (P&R) de los Medicamentos.

El entorno en el que la Industria Biofarmacéutica se desenvolvía en los años 90 y el entorno del nuevo siglo, no tienen nada que ver. De un acceso rápido, ágil, poco intervenido, centralizado y en el que no se consideraban ni pensaban muchos de los aspectos, la situación actual es bien diferente. Son numerosos los pasos del proceso y muchos los organismos, comisiones, documentos, información a aportar, personas, barreras y tiempos de espera.

Es por esto que los roles y perfiles de las personas que trabajan en la Industria Biofarmacéutica se han visto obligados a evolucionar. Se ha pasado de una relación con los clientes prácticamente a tres bandas entre el médico - farmacéutico - paciente, a una relación compleja, basada en la confianza a largo plazo, más científico-técnica, multitarea, donde participan médico - farmacéutico - paciente - decisor nacional - decisor regional - decisor local - influenciadores varios (universidades, asociaciones profesionales, medios de comunicación, centros de investigación, colegios oficiales profesionales, etc).

Al principio, muchas compañías incorporaron profesionales para cubrir la necesidad de afrontar ese nuevo entorno aunque sin dotarles de una función y una responsabilidad claras, y con unas expectativas de resultados quizá poco realistas. En estos momentos, existe una demanda clara y ya no hay duda de la necesidad e importancia estratégicas que representan los equipos de Acceso al Mercado para la consecución de los objetivos de una Compañía Farmacéutica de éxito.

3. A QUIÉN VA DIRIGIDO

El **Programa Superior en Market Access** va dirigido a aquellos Profesionales del Sector Salud que deseen especializarse y/o ampliar sus conocimientos sobre este nuevo campo en auge dentro de la Sanidad.



4. OBJETIVOS Y ORIENTACIÓN

A través de una metodología eminentemente práctica, el Alumno del Programa Superior en Market Access conseguirá:

1. Conocer el Entorno Sanitario Español y su evolución desde los comienzos hasta la actual estructura y organización del Sistema Nacional de Salud.

2. Conocer los distintos Modelos de Financiación de la provisión sanitaria que ayude a comprender los motivos de las decisiones de acceso a tecnologías sanitarias.

3. Saber identificar la importancia e influencia crecientes de las Administraciones Sanitarias y otros decisores clave en el Escenario Sanitario actual, así como la necesidad de consolidar relaciones de éxito con las Autoridades Sanitarias, con implicaciones claras en la Industria del Medicamento y los Productos Sanitarios.

4. Conocer y segmentar de manera práctica a los “pagadores” para saber qué papel ocupan en los procesos de decisión, cuáles son sus necesidades reales y por qué toman las decisiones.

5. Entender el papel que tiene la Industria Farmacéutica en este entorno cambiante y complejo y saber cómo responder a las necesidades y exigencias de las Autoridades Sanitarias y los Agentes que las constituyen.





6. Crear y desarrollar planes de “Acceso al Mercado” según el tipo de producto, conforme al entorno existente y a las necesidades identificadas.

7. Conocer de una forma muy práctica las herramientas necesarias para demostrar el valor de una alternativa terapéutica nueva o existente dentro del Plan de Acceso al Mercado: redacción y revisión de Informes de Posicionamiento Terapéutico, preparación del Dossier de precio y de CCAA, elaboración de un escandalo económico, estrategia de acercamiento a clientes, etc.

8. Poner en marcha e interpretar análisis de evaluación económica y estudios de “Real World Evidence” que ponen de manifiesto el valor de un medicamento o de una tecnología sanitaria.

9. Identificar grupos de opinión y otros colectivos también claves para el desarrollo exitoso de un Plan de Acceso de un nuevo medicamento o tecnología sanitaria.

10. Mejorar las habilidades profesionales clave para el desarrollo con éxito de una función de Acceso al Mercado.

5. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

1

EL SISTEMA SANITARIO ESPAÑOL

- 1.1. Concepto de Sistema Sanitario.
- 1.2. De dónde venimos y dónde estamos.
- 1.3. El SNS en España.
- 1.4. Modelos Sanitarios.
- 1.5. Sostenibilidad del SNS.
- 1.6. El Sistema Sanitario privado.
- 1.7. FORO DE DEBATE.



2

PERFILES DE "STAKEHOLDERS" EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

- 2.1. Decisores, pagadores, influenciadores.
- 2.2. Principales posiciones que influyen en el Acceso al Mercado de Medicamentos.
- 2.3. Importancia de una buena identificación, segmentación y targeting en función del tipo de fármaco.
- 2.4. Estrategia de aproximación y relación con los distintos tipos de clientes: en busca de un lenguaje común.
- 2.5. Financiación Pública de la Sanidad.

3

PROCESOS Y FUNCIONES DEL ACCESO AL MERCADO DE UN MEDICAMENTO

- 3.1. Fases preclínica y clínica: taller práctico del papel del equipo de Acceso.
- 3.2. Registro: tipos de Procedimientos.
- 3.3. El Informe de Posicionamiento Terapéutico (IPT).
- 3.4. El proceso de Precio y Financiación de Calidad de Medicamentos y Productos Sanitarios.
- 3.5. La entrada en el Nomenclátor nacional y de las CCAA.
- 3.6. El acceso en las CCAA: 17 diferencias a tener en cuenta.
- 3.7. El acceso hospitalario: ¿cuándo, cuánto tiempo, cómo y con quién debo negociar? La Comisión de Farmacia.
- 3.8. Nuevas formas y modelos de financiación: los acuerdos de riesgo compartido financieros y por resultados. Ejemplos concretos.
- 3.9. La Evaluación y Selección de Medicamentos y las Agencias de Evaluación.
- 3.10. La relación con las Asociaciones de Pacientes.
- 3.11. Las Relaciones Institucionales.

4

LA EVALUACIÓN ECONÓMICA DE TECNOLOGÍAS SANITARIAS COMO SOPORTE A LA ESTRATEGIA DE MARKETING

- 4.1. Concepto de Evaluación Económica en Salud.
- 4.2. Efectividad, Eficacia y Eficiencia: conceptos.
- 4.3. Tipos de evaluaciones económicas:
- 4.4. El plano Coste-Efectividad. ¿Cuándo es coste-efectivo un medicamento?
La disponibilidad a pagar.
- 4.5. El Análisis de Sensibilidad: concepto y tipos.
- 4.6. El Impacto Presupuestario como complemento clave a la Evaluación Económica.
Aplicación práctica en las negociaciones para el Acceso al Mercado.
Ejemplo práctico.
- 4.7. Interpretación de Resultados y Lectura Crítica de un análisis de coste-efectividad y de un impacto presupuestario.
- 4.8. Real World Data y Real World Evidence (RWD y RWE).
- 4.9. Big Data en Salud.

5

ACCESO AL MERCADO

- 5.1. Los departamentos de Acceso al Mercado.
 - Estructura, roles y funciones de un departamento de acceso al mercado.
 - La integración del departamento dentro de la empresa farmacéutica.
La vida real. Relación dentro del equipo multidisciplinar con los departamentos de marketing, comercial y médico.
 - Competencias Profesionales.
- 5.2. La definición del Plan de Acceso al Mercado: estructura y realización de un Plan de Acceso al Mercado.



Con una metodología eminentemente práctica se trabajarán mediante talleres casos reales de Precios, casos prácticos de discusión tanto de Medicamentos como de Productos Sanitarios, Foros de Debate, etc.

6. CLAUSTRO DE PROFESORES



SILVA ROMERO, IVÁN. Program Manager.

Market Access Director Spain. KYOWA KIRIN FARMACÉUTICA.

Licenciado en Farmacia. Máster en Industria Farmacéutica y Parafarmacéutica por el CESIF, Máster en Evaluación de Tecnologías Sanitarias y Máster en Investigación Biosanitaria por la Universidad de Castilla La Mancha.

Anteriormente, ha desempeñado varias posiciones técnicas y de responsabilidad dentro de la Industria Farmacéutica, en áreas vinculadas con Registros y Acceso al Mercado, en empresas como Grünenthal Pharma, Allergan y SOBI. Profesor del Máster en Industria Farmacéutica de CESIF.



ALSINA MIER, PEDRO

Responsable de Relaciones Institucionales. SANOFI PASTEUR.

Licenciado en Farmacia y Diplomado en Dirección de Marketing y Comercial.

Anteriormente desempeñó diversos cargos en Sanofi Pasteur MSD (Director de Ventas, de Marketing, de Acceso y de Relaciones Institucionales). Inició su trayectoria profesional en las áreas de Ventas y Marketing. Profesor del Máster en Marketing Farmacéutico de CESIF.



CASADO BONILLA, DAVID

Regional Market Access Manager. DAIICHI SANKYO.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. MBA. Más de 15 años de experiencia en el sector farmacéutico.

Inició su carrera profesional como Delegado de Visita Médica para, posteriormente desempeñar el cargo de Gerente Regional de Ventas. Y desde hace 7 años ejerce su cargo actual.

Experiencia en diferentes Comunidades Autónomas, tales como: Madrid, Castilla la Mancha, Extremadura, Andalucía, Región de Murcia y Comunidad Valenciana.



CASINO FERNÁNDEZ, GONZALO

Director Consultoría Life Sciences & Healthcare. DELOITTE.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas.

Dilatada experiencia en proyectos de estrategia y operaciones para la industria farmacéutica y medical devices, en el ámbito hospitalario, la planificación sanitaria del sector público y en general todos los subsectores de la Sanidad.

Es docente en varios Másters y Posgrados en la Industria Farmacéutica y la gestión de Entidades Sanitarias.



CASADO GÓMEZ, MIGUEL ÁNGEL

Director de Pharmacoeconomics & Outcomes Research Iberia. PORIB.

Licenciado y Doctor en Farmacia. Ha participado en la elaboración de varios libros sobre Farmacoeconomía y Gestión Sanitaria y ha publicado 104 artículos científicos en revistas nacionales e internacionales y 185 comunicaciones en congresos científicos.

Docente en Universidades y Escuelas de Postgrado. Profesor de varios Programas Máster de CESIF.



CATALÁN, ARANTXA

Head of Public Affairs Spain. SANOFI.

Doctora en Farmacia, Especialista en Farmacia Hospitalaria, Máster en Economía de la Salud y del Medicamento, Diplomada en Gestión de Calidad en Atención Primaria y en Dirección de Instituciones Sanitarias.

Directora de Farmacia de la Agencia de Calidad y Evaluación Sanitarias de Cataluña. Directora de la Unidad de Estrategia y Coordinación del Medicamento del Instituto Catalán de la Salud. Presidenta de la Sociedad Española de Farmacéuticos de Atención Primaria.



DEZA GARCÍA, BEATRIZ

Gerente de Coordinación Autonómica. FARMAINDUSTRIA.

Licenciada en Farmacia. Máster en Microbiología Industrial y especialista en Dermofarmacia.

Dilatada experiencia en industria alimentaria, oficina de farmacia e industria farmacéutica.

Experta en política farmacéutica relacionada con áreas técnicas, comunicación, pacientes, etc.

**BARJA DE SOROA, PALOMA. Program Manager.**

Directora General. EUSA PHARMA IBERIA.

Licenciada en Farmacia. Executive MBA (IE Business School). Postgrado Marketing Online y Publicidad Digital (ICEMD-ESIC). Máster en Evaluación de Intervenciones Sanitarias (MEIS) (UCLM). Máster Universitario de Gestión y Planificación Sanitaria para Directivos de la Salud (UEM-SEDISA).

Durante 10 años estuvo en diversas posiciones en MSD: Delegada de Visita Médica, Formación & Desarrollo y como Product Manager. En 2001 pasa como Senior Brand Manager al Departamento de Marketing de Pfizer. En octubre de 2006 comienza en Daiichi Sankyo como Directora de Marketing, y en abril de 2011 se hace cargo del Departamento de Relaciones Institucionales y Comunicación.

Docente en varias Escuelas de Postgrado y Universidad en materia de Marketing Farmacéutico (CESIF), Relaciones Institucionales y Market Access de la Industria Farmacéutica.

**FERRO, BELÉN**

Market Access and Health Economic Manager. UCB PHARMA.

Licenciada en Farmacia. Programa Superior de Dirección de Empresas Farmacéuticas y de la Salud en el Instituto de Empresa en Madrid (IE). Diplomatura de Especialización en Farmacoeconomía, en la Escuela Nacional de Sanidad (ENS), Master en Evaluación de intervenciones Sanitarias de la Universidad de Castilla La Mancha (UCLM). Dilatada experiencia en diferentes compañías de la industria farmacéutica como GSK, Pfizer y UCB en posiciones de investigación clínica, calidad, auditorías, medical affairs, acceso al mercado, relaciones institucionales y economía de la salud.

**GALINDO, JOSE VICENTE**

Responsable Gestión de Precios y Farmacoeconomía. ESTEVE.

Licenciado en Biología. Diplomas en Farmacoeconomía y en Economía de la Salud. Experto Universitario en Evaluación Económica y Prestación Farmacéutica, Escuela Nacional de Sanidad.

Ha desarrollado casi toda su carrera profesional en el ámbito de las Relaciones Institucionales y el Market Access en Comunidades Autónomas (desde el año 2000).

**GONZÁLEZ CANO, MARTA**

Gerente Nacional de Relaciones Sanitarias. DAIICHI SANKYO.

Licenciada en Farmacia. Experto Universitario en Farmacoeconomía y Prestación Farmacéutica. Su trayectoria profesional dentro de la industria farmacéutica comienza en el año 2005, desarrollándose en diferentes áreas de calidad, validación y regulatory de compañías farmacéuticas como MSD, Wyeth, Pfizer, y desde el año 2012 trabaja en la compañía Daiichi Sankyo.

**GASCHE, DAVID**

Senior Consultant en el departamento de Real-World Evidence Solutions. IQVIA.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas.

Inició su carrera profesional en el departamento HEOR de IQVIA en Alemania en 2010. Desde Julio 2013 trabaja en el departamento Real-World Evidence Solutions en IQVIA España con enfoque en proyectos de economía de la salud y acceso al mercado.

**HERRERA, ABRAHAM**

Director. FILLING THE GAP.

Licenciado en Empresariales, Executive MBA y AMP.

Comenzó su trayectoria profesional en la sede de Schering AG en Alemania para posteriormente pasar a ser Director Gerente de Operaciones Comerciales de Schering España.

Tras la fusión con Bayer pasó a liderar el departamento de RRH y Política Sanitaria durante seis años. Fundador de la consultora Filling the Gap.

**IRIGOYEN, PEDRO**

Responsable de Gabinete de Presidencia y Comunicación. CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS OFICIALES DE FARMACÉUTICOS.

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Licenciado en Farmacia.

Inspector de Hacienda de la Comunidad de Madrid. Ha desempeñado puestos de responsabilidad en la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid, como Subdirector General de Planificación y Coordinación de la Dirección General de Tributos, Jefe de Gabinete del Consejero y Secretario General Técnico de la Consejería.

Docente y autor de varias obras y de numerosos artículos en materia fiscal.

**MORENO MÍNGUEZ, MARTA**

Market Access & Public Affairs, Head. NOVARTIS.

Licenciada en Farmacia. Máster en Política de Salud. Curso en Economía de la Salud. Con más de 19 años de experiencia en el Sector Farma, inicia su trayectoria profesional ocupando posiciones en el área de Marketing y Ventas para posteriormente y desde hace 10 años especializarse en Market Access, Regulatory Affairs y Public Affairs.

**OJANGUREN, ANA**

Directora Relaciones Institucionales, Acceso al mercado y Comunicación Corporativa para España y Portugal. VERTEX PHARMACEUTICALS.

Licenciatura en Ciencias Químicas. Especialidad Bioquímica y Biología Molecular. Universidad Autónoma de Madrid.

Máster en Dirección de Operaciones. ICADE. Universidad Pontificia de Comillas. Madrid.

26 años de carrera profesional en el sector farmacéutico, productos sanitarios y tecnología sanitaria desarrollada en diferentes compañías en departamento médico, comercial-ventas, marketing, regulatory y durante los últimos 10 años centrada en el área de relaciones institucionales, acceso al mercado y comunicación corporativa.

**POVEDA ANDRÉS, JOSÉ LUIS**

Jefe del Área Clínica del Medicamento. HOSPITAL UNIVERSITARI I POLITÈCNIC LA FE DE VALENCIA.

Licenciado y Doctor en Farmacia. Poseedor de varios Masters en Salud Pública y Administración de Sistemas Sanitarios, Dirección Médica y Gestión Clínica, Economía de la Salud y del Medicamento, Máster Internacional de seguimiento Farmacoterapéutico al Paciente. Docente. Ha formado parte de Comisiones Científicas en diferentes Instituciones. Poseedor de multitud de Premios y reconocimientos en el ámbito Farmacéutico Hospitalario. Profesor de CESIF.

**QUEREJETA MASAVEU, ALBERTO**

Departamento de Estudios.
FARMAINDUSTRIA.

Licenciado en Ciencias Económicas,
Máster en Business Administration y
Máster en Economía de la Salud.

Ha desarrollado su carrera profesio-
nal durante los últimos quince años
prestando servicios en el área de
Economía y Estadística.

En el área académica, ha colaborado
en numerosas publicaciones del sec-
tor e impartido clases en diversos pro-
gramas y módulos sanitarios.

**REJAS, JAVIER**

Senior Health Economics and Outco-
mes Research Manager. PFIZER.

Licenciado en Medicina y Cirugía.
Doctor en Epidemiología y Salud Pú-
blica, Máster en Metodología de la In-
vestigación Aplicada a las Ciencias de
la Salud.

Dilatada trayectoria como Médico
General en la Comunidad de Ma-
drid, Monitor de Ensayos Clínicos y
Estadístico en Laboratorios Serono
y desempeñado labores de Jefe de
Producto y Medical Advisor en Pfizer.
Profesor de CESIF.

**RODRÍGUEZ, JAIME ANDRÉS**

Socio Director. DYNAMIC SINERGY.

Licenciado en Ciencias Empresariales.
Máster en Business Administration.

Formación Internaional en Desarrollo
de Habilidades y Comportamientos.

Coach Profesional.

Trayectoria Profesional centrada en
Consultoría de RRHH especializada
en el desarrollo de habilidades y com-
portamientos, negociación, liderazgo,
gestión de personas, trabajo en equi-
po, presentaciones eficaces, con em-
presas de diferentes sectores (Health,
Educación, Banca, Cosmética, Ocio,
Energético, etc.).

**ROJO LÓPEZ, ANTONIO**

Market Access Director/ Socio Director.
KEYLATES HEALTH SOLUTIONS.

Licenciado en Farmacia, Master en
Dirección Comercial y Marketing, PDD
y Master en Contratación Pública y
Compliance.

Dilatada experiencia en el sector Far-
macéutico en distintas Áreas: Marke-
ting, Jefatura Nacional de Ventas y
como responsable de la gestión Hos-
pitalaria a nivel Nacional.

Profesor colaborador en varias Busi-
ness Schools y en el Master de Con-
tratación pública y Compliance.

**SÁNCHEZ-CHORRO, JOSÉ LUIS**

Market Access and P&R Manager.
SHIRE.

Licenciado en Farmacia. Máster en
Evaluación Económica de Interven-
ciones Sanitarias y Diplomado en Far-
macoeconomía.

Funcionario del Servicio Extremeño
de Salud. 8 años como Subdirector de
Farmacia del Servicio Extremeño de
Salud. Participó en la Comisión Inter-
ministerial de Precios del Ministerio,
en la Comisión Nacional de Hepatitis,
Presidente de la Comisión Regional
de Farmacia Hospitalaria de Extrema-
dura y Miembro de la Comisión Per-
manente de Farmacia del Ministerio.
Docente.

**VILCHES MARTÍNEZ, MANUEL**

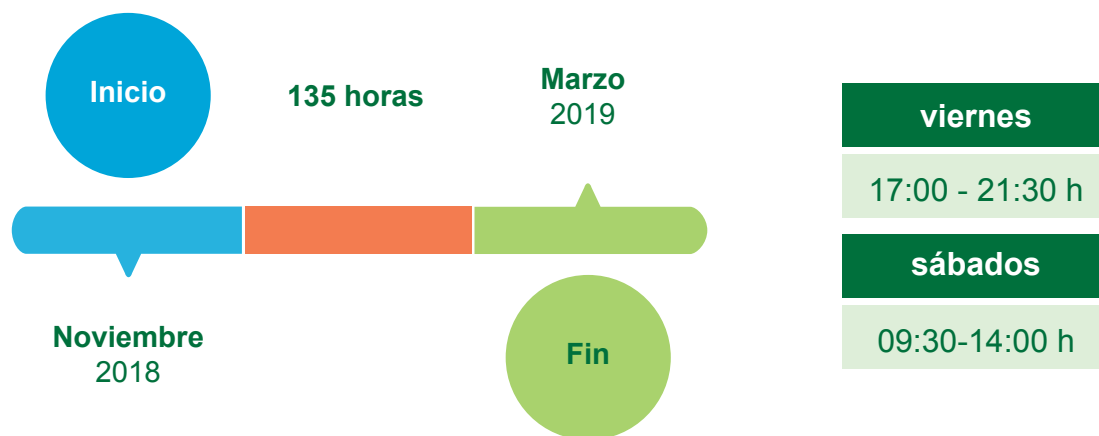
Director General. FUNDACIÓN IDIS.

Posee varios Máster de Gestión y ha
desempeñado diferentes cargos de
alto nivel en Aseguradoras y Grupos
Hospitalarios privados. Amplia expe-
riencia en Relaciones Institucionales
y Experto en Planificación, Estrategia
e Innovación, con implicación directa
en el diseño, desarrollo e implanta-
ción de nuevos productos y servicios
en el sector asegurador a nivel nacio-
nal e internacional.

Médico y Especialista en Cirugía Ge-
neral y Mastología.

7. METODOLOGÍA

Duración



Campus CESIF

Cada alumno contará con la documentación completa por escrito y en formato electrónico de cada materia.

Por medio del Campus CESIF el alumno podrá:

- Realizar consultas y preguntas a los ponentes acerca de las materias impartidas o el proyecto fin de curso.
- Tener acceso a la documentación de cada una de las sesiones.
- Extensa documentación de soporte de cada una de las materias impartidas.
- Evaluar las ponencias y a los profesores.

Proyecto Fin de Curso

Con una metodología eminentemente práctica, durante el Curso se proporcionarán las herramientas necesarias para la creación de un Plan de Acceso individual eligiendo entre varios tipos de medicamentos / áreas terapéuticas.

Asimismo, durante su realización, los alumnos dispondrán de tutorías mediante las cuales se les ofrecerá apoyo y seguimiento en cada fase del Proyecto.

Titulación

Los Alumnos que cumplan los requisitos mínimos de asistencia (75% de las sesiones) y aprovechamiento (resolución y entrega de todos los Casos Prácticos propuestos, realización de un Proyecto Final) recibirán el correspondiente Diploma del Programa Superior en Market Access.

8. MATRÍCULA

Derechos de Inscripción y Admisión

Los derechos de Inscripción para el Programa Superior en Market Access en el Curso Académico 2018-2019, son 4.500 €.

El importe del curso se abona en dos cuotas de la siguiente forma:

- Preinscripción: 1.000 € en concepto de reserva de plaza.
- Matrícula: 3.500 € en concepto de clases y material didáctico.



Forma de pago:

- Abono íntegro del programa mediante transferencia bancaria al número de cuenta que se especifique, indicando el nombre del alumno en el impreso de abono antes del inicio de las clases.
- Pago fraccionado en 3 cuotas de 1.183 €.

ADMISIÓN:

Los interesados deberán formalizar la preinscripción aportando los siguientes documentos, que se entregarán vía online y/o personalmente en la Sede de CESIF:
C/ General Álvarez de Castro, 41 - 28010 - Madrid.

PREINSCRIPCIÓN

- Solicitud de Admisión, cumplimentada y firmada.
- Currículum Vitae personal.
- 1 fotografía tamaño carnet.
- Justificante de abono de los honorarios de preinscripción de 1.000 €.



CESIF comunicará a los interesados, telefónicamente y por carta, su admisión en el Curso solicitado, indicándoles la fecha límite en la que deberán hacer efectiva la matrícula. Aquellas personas que habiendo sido notificadas de su admisión dejen transcurrir la fecha fijada sin hacer la matrícula, perderán su plaza y la señal de preinscripción.

Los candidatos no admitidos o sin plaza, serán igualmente notificados, devolviéndose la señal de preinscripción por el procedimiento que indiquen.

Aquellos candidatos que renuncien a su plaza se les reintegrará, de igual manera, el importe de la preinscripción, siempre y cuando lo comuniquen por escrito con quince días de antelación al comienzo de las clases.



MADRID

General Álvarez de Castro, 41,
28010 Madrid
Tel.+34 915 938 308

BARCELONA

Josep Irla i Bosch, 5-7,
Plantas B^a y 3^a. 08034 Barcelona
Tel.+34 932 052 550

LISBOA

Avenida da República, 24 - 1º,
1050-192 Lisboa
Tel.+351 211 368 572



aen
asociación española
de escuelas de negocios

CONTACTO

Coordinadora Executive Education

M^a Carmen Sánchez-Girón Delgado

mcs@cesif.es 915 938 308

Program Managers

Paloma Barja Soroa pbs@cesif.es

Iván Silva Romero isr@cesif.es

cesif.es

