

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 44702**Nom:** Biomedicina i societat**Cicle:** Màster Universitari Oficial**Crèdits ECTS:** 3**Curs acadèmic:** 2026-27**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
2224 - M.U. en Investigació i Desenvolupament en Biotecnologia i Biomedicina	Facultat de Ciències Biològiques	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2224 - M.U. en Investigació i Desenvolupament en Biotecnologia i Biomedicina	Investigació i desenvolupament en biomedicina	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

D'OCÓN NAVAZA MARIA PILAR

RESUM

L'assignatura aborda els diferents aspectes de la recerca biomèdica que depenen de l'entorn social i que incideixen de manera directa en la societat. S'hi analitzen els principis de Bioètica, així com les qüestions derivades de l'aplicació d'aquests principis en l'àmbit de la recerca translacional. Es tracten tots els aspectes relacionats amb la comunicació científica en biomedicina, així com les fonts d'informació biomèdica i les eines per fer una interpretació crítica de la literatura científica. Finalment, es desenvolupa el concepte d'innovació en el camp del medicament per conèixer els aspectes reguladors d'aquesta innovació i la seva inserció en el mercat, posant l'accent en les estratègies de màrqueting per a la comercialització d'un producte biomèdic

ó d'un producte biomèdic

CONEIXEMENTS PREVIS**RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS



COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

2224 - M.U. en Investigació i Desenvolupament en Biotecnologia i Biomedicina

Aplicar el raonament crític i l'argumentació des de criteris racionals.

Aplicar la Ciència des de l'òptica social i econòmica, potenciant la transferència del coneixement a la Societat.

Aprenentatge en la redacció d'articles científics en els camps de la Biomedicina i la Biotecnologia.

Capacitat per a desenrotllar els resultats científics obtinguts per un mateix o per altres científics a les aplicacions pràctiques de rendibilitat social i/o econòmica.

Capacitat per a preparar, redactar i exposar en públic informes i projectes de forma clara i coherent, defensar-los amb rigor i tolerància i respondre satisfactòriament a les crítiques que pogueren derivar-se de la seua exposició.

Dominar el mètode científic, el plantejament de protocols experimentals i la interpretació de resultats en l'àmbit biomèdic i biotecnològic.

Manejar adequadament les fonts d'informació científica i posseir l'habilitat de fer una valoració crítica de les mateixes, integrant la informació per a aportar coneixements a grups d'investigació multidisciplinària.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

Saber aplicar els principis ètics i legals de la investigació científica en biotecnologia i biomedicina.

Saber utilitzar un llenguatge integrador i no discriminatori en tots els àmbits de la comunicació anteriorment mencionats.

Ser capaços d'accedir a la informació necessària en l'àmbit específic de la matèria (bases de dades, articles científics, etc.) i tindre prou criteri per a la seua interpretació i ocupació.

Ser capaços d'analitzar de forma crítica tant el seu treball com el del seu companys.



Ser capaços d'aplicar l'experiència investigadora adquirida tant en l'empresa privada com en organismes públics.

Ser capaços d'integrar les noves tecnologies en la seva tasca professional i / o investigadora.

Ser capaços de realitzar una presa ràpida i eficaç de decisions en situacions complexes de la seua labor professional o investigadora, per mitjà del desenrotllament de noves i innovadores metodologies de treball adaptades a l'àmbit científic/investigador, tecnològic o professional en què es desenrotlle la seua activitat.

Ser capaços de treballar en equip, sense discriminació entre hòmens i dones, amb eficiència en la seua labor professional o investigadora adquirint la capacitat de participar en projectes d'investigació i col·laboracions científiques o tecnològiques.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Bioètica

Aspectes ètics i legals de la investigació biomèdica.
Qüestions ètiques derivades de l'ús d'animals en biomedicina.
Qüestions ètiques relacionades amb l'ús de mostres humanes en investigació.
Drets i deures dels pacients.
El dret a la informació del pacient i el consentiment informat.
Incidència de la Llei de protecció de dades. Règim jurídic

2. Comunicació científica en biomedicina

Disseny, metodologia i qualitat en la comunicació científica oral
Disseny, metodologia i qualitat en la comunicació científica escrita
Elaboració de material informatiu en Biomedicina.

3. Fonts d'informació de medicaments

Bases de dades biomèdiques
Anàlisi i interpretació crítica de la literatura biomèdica
Anàlisi i interpretació crítica de la informació proporcionada per la indústria farmacèutica.

Avaluació i autorització de nous medicaments.



4. Fàrmacs innovadors

Avaluació i autorització de nous medicaments. Agències reguladores.
Garanties de qualitat

5. Estratègies per a la comercialització i el posicionament d'un producte en el mercat biomèdic.

Tècniques per analitzar el comportament i les preferències dels clients.
Estratègies de comercialització a llarg termini, de segmentació i posicionament en el mercat
Accions de comercialització a curt termini: concepció del producte i marca, preu, distribució i comunicació

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	30,00
Total hores	30,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	15,00
Estudi i treball autònom	20,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	10,00
Total hores	45,00

METODOLOGIA DOCENT

Classes magistrals: Destinades a l'obtenció dels coneixements bàsics. S'utilitzarà el mètode dogmàtic combinat amb el mètode heurístic, per a la presentació dels conceptes fonamentals i els continguts més rellevants de l'assignatura, emprant els mitjans audiovisuals necessaris.

Seminaris: Mètode del cas. Es proposen diferents casos / problemes, per ser resolts pels estudiants i discutits en sessions presencials sota la supervisió del professor.

Treball individual: Els estudiants realitzaran una presentació oral i un treball escrit que seran revisats pels seus companys, analitzant els ítems clau per assegurar una bona comunicació en biomedicina.



Treball en grup. Grups de 5 estudiants desenvoluparan un problema o qüestió relacionats amb la temàtica del curs. El treball es presentarà i discutirà en els seminaris

iscutirà en els seminaris

AVALUACIÓ

- Avaluació formativa al llarg del curs, en base a la resolució de problemes i qüestions (45%)
- Avaluació dels treballs presentats (40%)
- Avaluació final mitjançant una prova escrita (15%)

Per superar l'assignatura serà necessària l'assistència al 80% de les sessions presencials i l'obtenció d'una qualificació major o igual al 50% dins de cada apartat avaluat

apartat avaluat

BIBLIOGRAFIA

- Varios autores (2014): Marketing sanitario. Evolución-Revolución. Coord. A. Hernández y J.M^a Martínez. ESIC EDITORIAL, ISBN: 9788473569903
- Jiménez, M.A. (2015): Marketing de los servicios de la salud para no marketinianos. Editorial Pirámide. Madrid. ISBN: 9788436832907
- Marín Sánchez, C. y Pérez Cabañero, C. (2007): Fundamentos de marketing estratégico. Delta publicaciones universitarias, Madrid. ISBN: 9788496477667
- Santesmases Mestre, M. (2012): Marketing, conceptos y estrategias. Editorial Pirámide, Madrid ISBN: 9788436826135
- Lluís Montoliu José (2024). No todo vale. Next Door Publishers S.L. ISBN: 9788412753264
- Serés E, Rosich L, Bosch F. (2010) Presentaciones orales en biomedicina. Aspectos a tener en cuenta para mejorar la comunicación Fundación Dr. Antonio Esteve <http://www.esteve.org>
- Mabrouki K, Bosch F (2007). Redacción científica en biomedicina: lo que hay que saber CUADERNOS DE LA FUNDACIÓN DR. ANTONIO ESTEVE N° 9, Fundación Dr. Antonio Esteve <http://www.esteve.org>
- Claves para una buena exposición oral (2025). Guías de la Biblioteca de la Universidad de Sevilla, <https://guiasbus.us.es/exposicionoral/introduccion>



- Comunicació científica: cómo comunicar resultados y proyectos en función del nivel de tu audiencia. Farmaindustria (2025), <https://www.farmaindustria.es/web/jovenes-en-farma/actualidad/comunicacion-cientifica-como-comunicar-resultados-y-proyectos-en-funcion-del-nivel-de-tu-audiencia>
- Base de Datos PubMed. U.S. National Library of Medicine and the National Institutes of Health <http://www.pubmed.com>
- Cochrane Library. Biblioteca Cochrane Plus <http://www.cochrane.org>
- EMEA. Agencia europea del Medicamento <http://www.emea.eu.int/>
- Agencia Española del Medicamento <http://www.agemed.es>
- OMS. Organización Mundial de la Salud <http://www.who.int/en/>