

PROGRAMA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE AGENTE DE PROPAGANDA MÉDICA (APM – VISITADOR MÉDICO)

1. FUNDAMENTACIÓN

En Argentina, el Dr. Ramón Carrillo¹, consideraba que el Agente de Propaganda Médica (APM), tenían una función esencial como auxiliar de la salud. En este sentido, el Agente podrá desarrollar competencias que le permitan brindar información actualizada sobre los avances farmacológicos y terapéuticos, las líneas de investigación y desarrollo relativas al campo, y sobre todo, los beneficios, ventajas y características de los medicamentos de última generación que ofrece la Industria Farmacéutica y que están validados mediante documentación y experimentación.

El participante, podrá en el futuro, desarrollar su actividad profesional en la Industria Farmacéutica y campos afines: laboratorios, droguerías y distribuidoras, institutos de ortopedia, centros radiológicos y radioterápicos, laboratorios de productos odontológicos o nutricionales, laboratorios de análisis clínicos, entidades de medicina prepaga. La incorporación a la Industria Farmacéutica significa el ingreso en un atractivo campo de actuación, marcado por el dinamismo, los continuos desafíos y posibilidades de crecimiento tanto profesional como personal.

En este marco, desde el curso nos proponemos:

- Brindar capacitación a las personas que deseen ingresar a trabajar dentro del ámbito de la salud como Agentes de Propaganda Médica.
- Brindar formación teórico-práctica sobre las estrategias y técnicas básicas para la negociación y la venta en el mercado de la Industria Farmacológica.

Objetivos:

- Desarrollar competencias relacionadas con el rol y función del Agente de Propaganda Médica (APM).
- Comprender la actividad profesional del APM en la Industria Farmacéutica y campos afines.

¹ Ramón Carrillo (1906-1956) Médico sanitarista, neurocirujano, y neurobiólogo de la Argentina.

2. ESTRUCTURA

El programa tiene una duración de 17 meses. La modalidad es presencial (inicia de manera virtual por Covid-19 hasta tanto se regularice la situación), una vez por semana y con apoyatura online a distancia vía la página web del curso.

El esquema del curso es el siguiente:

Módulo Médico Científico

Módulo Médico 1

- Sistema de Órganos: Introducción general a todos los sistemas y tejidos.
- La Célula: características generales de la célula. Definición de organelas. Generalidades de tejidos.
- Farmacología: Introducción a la farmacología. Farmacocinética y Farmacodinamia. Métodos de estudios de los fármacos.
- Sistema Osteoarticular/Muscular: Definición de huesos, articulación y músculos. Características. Anatomía y fisiológica. Medula Ósea. Osteoporosis. Artritis Reumatoide. Osteomielitis. Lesiones deportivas. Mialgias. Tendinitis.
- Fármacos AINES: Tratamiento del dolor y la inflamación. Tipos de AINES. Características farmacológicas (Farmacocinética, farmacodinamia, efectos adversos...)
- Aparato Cardiovascular: Anatomía y fisiología. Circulación mayor y menor. Sistema cardionector. Definición de arterias, venas y capilares. Hipertensión. Insuficiencia Cardíaca. Infarto agudo de miocardio. Angina de pecho. Arterioesclerosis.
- Fármacos Ap. Cardiovascular: Diuréticos. Antihipertensivos. Tratamiento de la insuficiencia cardíaca. Tratamiento de angina de pecho e infarto.
- Aparato Respiratorio: Anatomía y fisiología. Intercambio gaseoso. Asma. EPOC. Neumonía. Tuberculosis. Cáncer de pulmón.
- Fármacos Ap. Respiratorio: Broncodilatadores. Antitusivos. Mucolíticos. Descongestivos. Antigripales.

Módulo Médico 2

- Sistema de Órganos: Breve mención. Es una introducción porque en realidad es tema del MM 1.
- Farmacología Gral.: Breve Mención. Es una Introducción a la farmacología. Farmacocinética y Farmacodinamia porque en realidad es tema del MM1.
- Aparato Digestivo: generalidades anatomía y fisiología. Hígado. Páncreas. Úlcera gástrica. ERGE. Gastritis. Esofagitis. Cáncer de colon. Cáncer gástrico. Hepatitis. Pancreatitis. Cáncer de hígado y páncreas.

- Fármacos Aparato Digestivo: Antiácidos. Procinéticos. Laxantes. Antiespasmódicos.
- Aparato Urinario: Anatomía y fisiología. Equilibrio hidroelectrolítico. Urolitiasis. Insuficiencia renal. Trasplante renal. Cáncer de Riñón.
- Aparato Reproductor: anatomía y fisiología de masculino y femenino. Ciclo menstrual. Embarazo. Cáncer de cuello de útero. Infección por HPV. Sífilis. Cáncer de Próstata. Cáncer de mama.
- Sistema Endocrino: Anatomía y fisiología de glándulas hipófisis, tiroides, suprarrenales, páncreas. Diabetes. Hipotiroidismo. Enfermedad de Addison y Cushing.
- Fármacos en Endocrino: Fármacos hipoglucemiantes orales. Insulinas. Levotiroxina. Glucocorticoides.

Módulo Médico 3

- CLASE INTRODUCTORIA: Farmacología Gral.: Breve Mención. Es una Introducción a la farmacología. Farmacocinética y Farmacodinamia porque en realidad es tema del MM1.
- Sistema nervioso: anatomía y fisiología. Neurona. Sistema nervioso central y periférico. Lóbulos cerebrales. Aéreas funcionales. Irrigación. ACV. Demencias. Alzheimer. Parkinson. Traumatismo craneoencefálico. Tumores primarios y metástasis.
- Fármacos en Sistema Nervioso: Fármacos antidepresivos (ATC, IRSS, IMAO). Fármacos en trastornos de ansiedad (Benzodiacepinas). Fármacos en demencias.
- Obesidad: Fisiopatología de la obesidad. IMC. Complicaciones generales de la enfermedad.
- Fármacos en Obesidad: Alimentación y actividad física. Hipolipemiantes. Estatinas. Fibratos. Ezetimibe.
- Neoplasias: Generalidades de las neoplasias. Diferenciación entre benigno y maligno. Concepto de apoptosis, necrosis y neoplasia. Factores de Riesgo. Tratamientos. Radioterapia. Quimioterapia. Cirugía. Citostáticos. Terapias modernas (dirigidas, hormonales, entre otras.)Antimicrobianos: Definición de infección. Infección más prevalentes por sistemas. Características de los antimicrobianos. Clasificación por grupos. Beta-lactámicos. Tuberculosis. Fármacos en tuberculosis. HIV. Fármacos contra HIV. Gripe. Fármacos contra la gripe.

Módulo Comunicacional

Comunicación

La comunicación en la visita médica. Actores que intervienen. Distintos tipos de comunicación. La entrevista médica.

Psicología

Aportes de la psicología. Atención. Percepción. Memoria. Personalidad. Motivación. Habilidades sociales. Toma de decisiones.

Negociación

Concepto de negociación. Estilos de Negociación. Etapas de la Negociación. La entrevista. Objetivos específicos. Plan de acción. Transacción. Evaluación de resultados parciales. Plan de Acción Correctivo. Solución.

Conflictos. Tipos de conflicto. Principios básicos. Tácticas defensivas. Concesión sin riesgos. Poder de negociación.

Técnicas Específicas. Creación de Opciones. Brainstorming (Cómo generar ideas) Tipos de Oponentes. Comportamiento y valores asociados.

Técnicas de Venta

La visita médica actual. El proceso de compra. El proceso de ventas. El marco adecuado. Conocimiento del médico. Conocimiento de la competencia. Conocimiento de los productos. Conocimiento de la Compañía. Planificación y organización. Las técnicas de venta. APM y las Obras Sociales

Módulo Comercial

El APM Profesional Agente de Salud.

Tareas y Responsabilidades del APM. La visita médica actual. El laboratorio. La Tarea del APM en el Laboratorio. El Vademécum. Productos de venta bajo receta y de venta libre. Genéricos.

Planificación de la actividad del APM. Asignación de zona. Gerenciamiento de zona. Los médicos de la zona; identificación de los médicos de referencia.

Administración de la tarea; planificación - planillas - informes – supervisión. Comunicación Institucional (intra laboratorio). La función promocional. La Relación con los colegas de la competencia. La "Venta" del APM: Negociación con el médico. Negociación con las Instituciones.

Marketing del Mercado Farmacéutico

Distintos tipos de Marketing. Técnicas de ventas. El proceso de ventas. El proceso de compra. El marco adecuado. Los productos. La Compañía. La competencia. Planificación y organización; técnicas de venta sociales.

Diferencias entre productos RX; OTX y OTC. Segmentación y posicionamiento. Análisis F.O.D.A.

Interacción del Marketing con otras áreas de la Compañía. Marketing y gestión. Liderazgo por objetivos. Organigrama de estructura vertical de la Compañía. Organigrama de estructura horizontal de la Compañía.

Planeamiento. Planeamiento Estratégico.

Distintos modelos de Consumidor. Marketing Mix. Las 5 P. El Consumidor y el Proceso de Compra. Pirámide jerárquica de las necesidades de Maslow. Necesidades – Deseos – Satisfactores.

Nuestro Cliente el Médico. Auditorías Médicas. El Marketing y la Farmacias. Nuestro Cliente el Farmacéutico. Auditorías en Farmacias.

Sistema de Salud

Las Instituciones de Salud. Las Asociaciones Médicas. El Sistema de Salud en Argentina. Políticas en Salud. El Sistema de Salud y los Laboratorios.

Contextos de trabajo del APM. Características geográficas: población, organización a nivel regional y nacional. Obras sociales / Prepagas.

Marco Jurídico. El gasto en salud

Visitador de Farmacia (APF)

Las Instituciones de Salud. Las Asociaciones Médicas. El Sistema de Salud en Argentina. Políticas en Salud. El Sistema de Salud y los Laboratorios.

Contextos de trabajo del APM. Características geográficas: población, organización a nivel regional y nacional. Obras sociales / Prepagas. Marco Jurídico. El gasto en salud

Taller de Búsqueda y Selección de Personal

Armado de CV. Detección de competencias. Sistema de búsqueda y postulación laboral.

Práctica de entrevista.

3. METODOLOGÍA

El programa se organiza en tres módulos. Cada encuentro asumirá una dinámica expositiva-dialogada con realización de ejercicios prácticos.

También se desarrollará un taller de búsqueda y selección laboral en el que se trabajarán diferentes temas: diseño del CV del APM. Detección de competencias. Sistema de búsqueda y postulación laboral. Elaboración y simulación de entrevistas.

También se contará con apoyatura online de materiales pertinentes para la formación profesional.

4. DESTINATARIOS

Los destinatarios del Curso de Formación Profesional de Agente de Propaganda Médica serán todas aquellas personas, mayores de 18 años, que deseen:

- Incursionar en el ámbito de la negociación y la venta dentro del marco de la industria farmacéutica e industrias asociadas al ámbito de la salud.
- Incrementar sus habilidades comunicativas, mejorar la capacidad de planificación y operación de proyectos y/o participar de una capacitación que les brinde nuevas perspectivas para el desarrollo personal en el rol de APM.
- Incrementar sus conocimientos y entrenar sus habilidades para la venta y la negociación, más allá de la industria en la cual se desempeñen, dado el carácter profesional de los contenidos del Curso de Formación Profesional de Agentes de Propaganda Médica del Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios.

5. DURACIÓN TOTAL: 280 horas en 17 meses.

6. MODALIDAD DE DICTADO: Semipresencial.

7. RESPONSABLE: Lic. Ramiro Torres

Licenciado en Psicología (UBA). Especializado en Psicología Cognitiva. Alumno de la Maestría en Psicología Organizacional con Orientación Gerencial (UAI). Director de APMCAPACITIA. Entrenador en habilidades laborales, desarrollo de competencias, planificación de marketing personal, estrategias de desarrollo de emprendimientos. Psicólogo Clínico (TCC).