

UAI

Curso de **Formación Profesional** de

Agente de Propaganda Médica

Dominá las técnicas de venta y comunicación en el sector de la salud.

Inscripciones
abiertas

MARZO 2025

**Iniciá tu
camino
Profesional**

Matrícula Prof. Habilitante

Amplia **OFERTA HORARIA**

Bolsa de empleo: Espacio de ofertas laborales y prácticas simuladas



UAI

www.uai.edu.ar

2025



Requisitos:

- Título secundario.
- Copia del DNI.
- Capacitación uso de la plataforma **(obligatorio)**.

¿Qué es un APM?:

El **Agente de Propaganda Médica** es un profesional especializado en la promoción y comercialización de productos farmacéuticos, dispositivos médicos y otros servicios de salud a profesionales del sector sanitario, como médicos, farmacéuticos y otros especialistas.

Matrícula habilitante:

El certificado de aprobación del curso permite obtener la **Matrícula Profesional Habilitante de Agente de Propaganda Médica** en la **Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires**.

Dirigido a:

Personas que busquen capacitarse especialmente para una tarea específica en un área industrial atractiva como lo es la Industria Farmacéutica. Universitarios o profesionales recibidos trabajen o no en esta industria y que deseen explorar otras áreas de actividad.

Aranceles*:

(En caso de haber percibido una bonificación del 100% de la matrícula, se deberá abonar la 1er cuota de la actividad al momento de inscribirse para hacer efectiva dicha bonificación)

Externos:

Matrícula: \$ 80.000.-

17 cuotas

Cuota 1 a 5 \$ 37.500.-

Cuota 6 a 10 \$ 50.250.-

Cuota 11 a 17 \$ 74.900.-

COMUNIDAD UAI – SOCIOS CLUB NACIÓN - SOCIOS CLARÓN 365 - INSTITUCIONES CON CONVENIO DE INTERCAMBIO SOCIALES:

Matrícula: \$ 80.000.-

17 cuotas

Cuota 1 a 5 \$ 30.000.-

Cuota 6 a 10 \$ 40.500.--

Cuota 11 a 17 \$ 60.750.-

*** Derecho de exámenes recuperatorios: 50% de la matrícula vigente sin descuentos.**

Reglamento interno

Artículo 35: Modificación de los aranceles: La Universidad se reserva el derecho de modificar los aranceles de acuerdo a los incrementos que se produzcan en su estructura de costos y/o nuevos impuestos o contribuciones que pudieran afectar a la actividad con los límites que, en su caso, pudieran fijar las autoridades nacionales. Los aranceles especiales y gastos administrativos que fueran expresados en el presente Reglamento en valores constantes en pesos, sufrirán idéntico ajuste al que se determine para los aranceles de las carreras respectivas.

Modalidad:

Las clases se desarrollarán en forma no presencial. Se utilizará para el desarrollo de las mismas la nueva plataforma **UAI Online ULTRA**. Dicha plataforma, que cuenta con el aval de un partner de prestigio mundial como Blackboard Collaborate, es un completo desarrollo de tipo LMS de múltiples funcionalidades técnicas y pedagógicas que permiten garantizar un aprendizaje significativo en torno a cada contenido propuesto y una mejor interacción con cada uno de los profesores y el equipo de gestión del curso.

Funciones del APM:

- **Promoción de Productos:** presentar y promocionar productos farmacéuticos o dispositivos médicos a médicos y otros profesionales de la salud, destacando sus características, beneficios y uso adecuado.
- **Educación del Cliente:** proporcionar información científica y técnica sobre los productos, ayudando a los profesionales de la salud a tomar decisiones informadas sobre su uso.
- **Establecimiento de Relaciones:** construir y mantener relaciones sólidas con los profesionales de la salud, actuando como un enlace entre la empresa farmacéutica y los médicos.
- **Investigación de Mercado:** realizar investigaciones sobre el mercado y la competencia, identificando tendencias y oportunidades para mejorar la estrategia de ventas.
- **Cumplimiento Normativo:** asegurarse de que todas las actividades de promoción cumplan con la legislación y los códigos de ética del sector farmacéutico.
- **Asistir a Eventos Médicos:** participar en conferencias, ferias y otros eventos relacionados con la salud para promover productos y expandir la red de contactos.
- **Informe de resultados:** hacer seguimiento de las ventas y proporcionar informes a la empresa sobre el rendimiento en el mercado.

Beneficios de formarse como profesional:

- **Conocimiento especializado:** adquirirás conocimientos profundos sobre productos farmacéuticos, el mercado de la salud y la legislación relacionada, lo que te permitirá desempeñarte con confianza en el campo.
- **Habilidades de comunicación:** desarrollarás habilidades clave de comunicación y negociación para interactuar de manera efectiva con profesionales de la salud y otros actores del sector.
- **Técnicas de ventas efectivas:** aprenderás estrategias de venta específicas para el sector médico, aumentando tu capacidad para presentar productos de manera persuasiva.
- **Construcción de relaciones:** te capacitarás para establecer y mantener relaciones sólidas con médicos y otros profesionales de la salud, lo que es esencial para el éxito en la propaganda médica.
- **Adaptabilidad al mercado:** obtenerás herramientas para adaptarte a las tendencias cambiantes del sector salud, permitiéndote anticipar y responder a las necesidades del mercado.
- **Reconocimiento profesional:** un curso profesional te brinda una certificación que puede facilitar tu inserción laboral y aumentar tu credibilidad ante empleadores y clientes.
- **Networking:** tendrás la oportunidad de conectar con otros profesionales del sector y potenciales empleadores, lo que puede abrir puertas a nuevas oportunidades laborales.
- **Ética y responsabilidad:** aprenderás sobre la ética en la propaganda médica, lo que te ayudará a actuar con integridad en todas tus interacciones profesionales.
- **Desarrollo personal:** el curso fomentará habilidades como la resiliencia, la empatía y la autoconfianza, esenciales para cualquier carrera profesional.
- **Perspectiva del sector salud:** te familiarizarás con el funcionamiento del sistema de salud, lo que te permitirá comprender mejor el papel que juega la propaganda médica en la atención al paciente.

Estos beneficios te prepararán para una carrera exitosa como agente de propaganda médica, permitiéndote contribuir de manera significativa al sector de la salud.

Objetivos del curso:

Capacitar a las personas que deseen ingresar a trabajar dentro del ámbito de la salud: 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 y otros ámbitos del mercado de la salud.

Diseño curricular:

La cursada esta diseñada de la siguiente forma:

- Una semana se ciclo de seminarios complementarios: en los cuales se abordarán habilidades gerenciales, fundamentales para la complementación de la formación técnica.
- 16 semanas de formación técnica específica; donde se abordará, tres módulos por semestre:

- Marketing Farmacéutico.**
- Comunicación y Negociación.**
- Módulo Médico I.**
- Psicología y Marketing.**
- Sistema de Salud.**
- Módulo Médico II.**
- Técnicas de Ventas.**
- El APM Profesional.**
- Módulo Médico III.**

Nota: El orden de las asignaturas no conlleva un régimen de correlatividades. Por lo tanto el alumno puede cursar las materias sucesivas sin el requisito excluyente de haber aprobado la anterior. Sin embargo, al momento del egreso debe contar con el 100% de materias aprobadas para recibir el certificado correspondiente.

- Una semana de **FORMACIÓN COMPLEMENTARIA:** en la cual se llevarán a cabo talleres, charlas sobre habilidades gerenciales y competencias técnicas de la industria farmacéutica y un taller por cuatrimestre con prácticas de entrevistas con referentes de la industria farmacéutica.

Desarrollo de contenidos:

• **Marketing Farmacéutico.**

Definición de Marketing. Distintos tipos de Marketing. Diferencias entre productos RX; OTX y OTC. Segmentación y posicionamiento. Interacción del Marketing con otras áreas de la compañía. Marketing y gestión. Planeamiento estratégico. Formación del precio salida laboratorio. Distintos modelos de consumidor. Marketing Mix. El consumidor y el proceso de compra. El agente de propaganda médica: tareas y responsabilidades. La entrevista médica. Definición de muestra médica. Auditorías Médicas. Auditorías en Farmacias. El Marketing y la Farmacias. Clientes. Plan de negocios.

• **Comunicación y Negociación.**

Definición de comunicación. Los roles en la comunicación. La comunicación en la visita médica.

Definición de negociación. Tipos de conflicto. Principios básicos. Tácticas defensivas. Concesión sin riesgos. Poder de negociación. Defensa contra el poder. Conclusiones. Etapas de la negociación. Plan de acción. Técnicas específicas. Comportamiento y valores. Estilos de negociación.

• **Módulo Médico I.**

Citología e histología. Sistema osteoarticular. Conceptos generales. Farmacología Aines. El sistema circulatorio. Farmacología del sistema cardiovascular. El sistema respiratorio. Farmacología del sistema respiratorio.

• **Psicología y Marketing.**

Aportes de la psicología. Atención, percepción, motivación y comportamiento del consumidor. Personalidad. Habilidades sociales. El proceso de toma de decisiones en productos de la industria farmacéutica. Diferencias del proceso de decisión de compra.

• **Sistema de Salud.**

Las Instituciones de Salud y 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. Subsistemas Público, Obras sociales, y Privado. Marco Jurídico. Vademécums. Inclusión de un producto. El Financiamiento y el Gasto en la Salud. Gestión del Cuidado de la Salud.

• **Módulo Médico II.**

Farmacología general. El aparato digestivo. Farmacología del aparato digestivo. Aparato urinario. Farmacología del aparato urinario. Sistema endócrino. Farmacología del sistema endócrino. Terapias hormonales y AAS. Aparato reproductor.

• **Técnicas de Venta.**

La visita médica actual. Nociones fundamentales del proceso de ventas. Planificación del proceso de ventas. Estructuración y presentación de la propuesta de ventas. Conocimiento del médico, la contención y el producto. Conocimiento de la Compañía. De planificación y organización. Lenguaje corporal. Manejo de objeciones.

• **El APM Profesional.**

Contexto de la actividad. El laboratorio. El médico. Productos bajo receta, de venta libre y genéricos. El APM como agente de salud. Vademécum. Planificación. Asignación y gerenciamiento de zona. Identificación de los Médicos de Referencia.

La tarea del APM en el Laboratorio. Planificación - Planillas - Informes - Supervisión. Comunicación Institucional (intra laboratorio).

La función promocional. Las muestras y su administración. La relación con los colegas de la competencia.

La "Venta" del APM: Negociación con el médico.
La "Venta" del APM: Negociación con las instituciones.
El visitador de farmacia.

• **Módulo Médico III.**

Farmacología general. El sistema nervioso. Farmacología del sistema nervioso. Obesidad. Neoplasias. Antimicrobianos.

Modalidad de cursada:

Primer cuatrimestre de cursada: del 17 de marzo de 2025 al 26 de julio de 2025

Etapas I: 1era semana: (del 17 de marzo de 2025 al 22 de marzo de 2025).

Seminarios especiales de competencias gerenciales.

Etapas II: 2da a 17ma semana: (24 de marzo al 19 de julio de 2025).

Cursos Regulares (en virtud del día de cursada).

Etapas III: 18va semana: (21 de julio al 26 de julio de 2025).

Actividades prácticas y seminarios complementarios.

Segundo cuatrimestre de cursada: del 05 de agosto de 2025 al 14 de diciembre de 2025

Etapas I: 1era semana: (del 16 de marzo 2025 al 10 de agosto de 2025)

Seminarios especiales de competencias gerenciales.

Etapas II: 2da a 17ma semana: (12 de agosto al 07 de diciembre del 2025)

Cursos Regulares (en virtud del día de cursada).

Etapas III: 18va semana: (9 del diciembre al 14 de diciembre de 2025)

Actividades prácticas y seminarios complementarios.

Tercer y último cuatrimestre de cursada: del 16 de marzo de 2026 al 18 de julio de 2026

Etapas I: 1era semana: (del 16 de marzo de 2026 al 22 de marzo de 2026)

Seminarios especiales de competencias gerenciales.

Etapas II: 2da a 17ma semana: (23 de marzo 12 de julio del 2026)

Cursos Regulares (en virtud del día de cursada).

Etapas III: 18va semana: (13 de julio al 18 de julio de 2026)

Actividades prácticas y seminarios complementarios.

Docentes:

Equipo de docentes conformado por profesionales.

Contacto:

uai.extension@uai.edu.ar



Envianos un mensaje en WhatsApp:



+ 54 9 11 5594 9903

+ 54 9 11 2660 3030

Universidad Abierta Inter
UAI