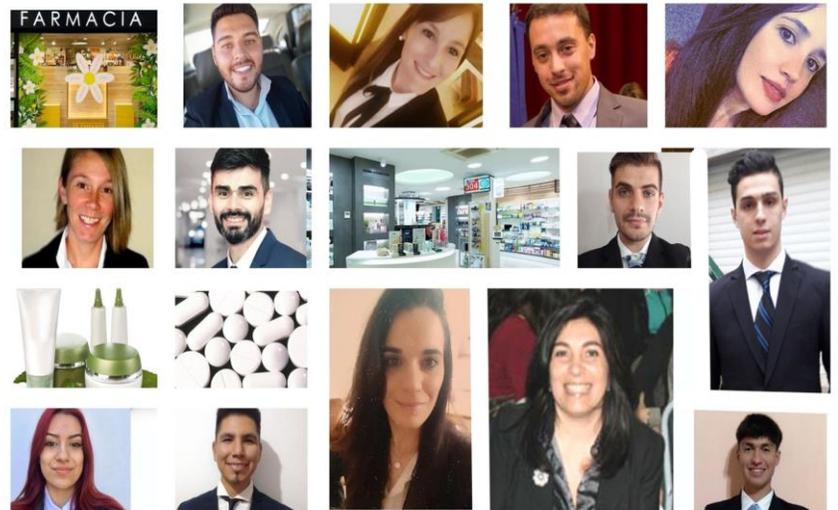


INSTITUTO REGIONAL DEL SUR

Septiembre-Octubre -
Noviembre

2022

Curso de Extensión AGENTE DE PROPAGANDA FARMACEUTICA - APF



Lic. Ana Clara Zanconi
Whatsapp 291 6 440171



Nueva Propuesta de Capacitación 2022 Agente de Propaganda Farmacéutica - APF

Curso de Extensión: APF – 5ta. Edición

¡Agente de Propaganda Farmacéutica en 12 clases!

Modalidad: virtual asincrónico

Septiembre-Octubre-Noviembre: los días Miércoles

Horario: el estudiante organiza sus horarios según conveniencia.

Metodología de trabajo: los conceptos del curso serán expuestos a través de Plataforma E-learning Moodle. **Este año se hará especial énfasis en las últimas tendencias en Dermofarmacia.**

Perfil del asistente: estudiantes de la carrera de Agente de Propaganda Médica que deseen ampliar su campo laboral, estudiantes de Farmacia, Medicina, y otras ramas de la salud.

Objetivos del curso

- **Fomentar** estrategias de aprendizaje autónomo a través de un modelo de enseñanza flexible e innovador.
- **Mejorar** competencias para las tareas de comercialización difusión y exhibición de productos farmacéuticos de venta libre, cosméticos y bienestar.
- **Profesionalizar la labor diaria:** actualización continua, vocación de servicio y creación de valor.

Curso Arancelado

Incluye: material de estudio y certificado de asistencia avalado por el Instituto Regional del Sur (IRS). Más de 20 años de trayectoria en Educación de Nivel Superior.

Consultas:  291 6 440171



Nueva Propuesta de Capacitación 2022 Agente de Propaganda Farmacéutica - APF

¿Qué actividades realiza un APF?

La incorporación al Mercado de la Salud significa el ingreso en un atractivo campo de actuación, marcado por el dinamismo, los continuos desafíos y posibilidades de crecimiento tanto profesional como personal.

El Agente de Propaganda Farmacéutica (APF) es la conexión entre la Industria Farmacéutica y los farmacéuticos para la distribución y la venta de los productos de los laboratorios que representa. Es decir, mediante las habilidades adquiridas en las relaciones interpersonales, trata con farmacéuticos, encargados de farmacia y personal administrativo con el objetivo de transmitir información sobre una amplia variedad terapéutica de venta libre, productos cosméticos y de bienestar, convenciendo con fuertes conocimientos acerca de los beneficios y efectos positivos de estos.

En definitiva, sus tareas principales son la apertura y mantenimiento de cuentas, exhibición del producto en el punto de venta (PDV), colocación y gestión de material de merchandising (POP), venta de transfers, relevamiento de información propia y de la competencia.

Programa de Estudios

Módulo I: Responsabilidades de la Farmacia y del Farmacéutico

Objetivo: conocer el ámbito de inserción laboral, su organización y los diferentes perfiles profesionales.

Contenidos

Historia de la farmacia. La farmacia moderna.

Colegios y Cámaras. Tipos de Farmacias. Farmacia Hospitalaria.

Algunas consideraciones sobre el sistema de salud. Situación sanitaria del país.

Problemas sanitarios y económicos por el uso inadecuado de medicamentos OTC.
Medicamentos más usados en la automedicación.



Nueva Propuesta de Capacitación 2022 Agente de Propaganda Farmacéutica - APF

El papel del farmacéutico en el sistema de salud. Misión de la profesión farmacéutica. Principales funciones según el Dr. Bernardo A. Houssey. Estado actual de la profesión farmacéutica. Diferencias Médico/Farmacéutico.

Modelos exitosos de atención farmacéutica en el mundo.

Módulo II: Marketing de Productos Farmacéuticos

Objetivo: incorporar instrumentos de gestión.

Contenidos

Cadena de comercialización de los fármacos. La importancia de cada eslabón.

Condiciones de venta: venta libre (OTC) y venta bajo receta (RX).

Estructura del Plan de Marketing.

Análisis FODA de la industria farmacéutica, de productos y de organizaciones.

Las 4 P del Marketing Farmacéutico. Los 5 niveles del producto.

Productos médicos y productos cosméticos en la farmacia. Nutraceuticos (UTC). Productos Wellness. Dermocósmética o Dermofarmacia.

Packaging de productos de salud y belleza.

Aplicaciones del Branding (desarrollo de marca) al mercado farmacéutico.

El rol de la comunicación publicitaria de los productos OTC. Regulación de la publicidad de medicamentos en Argentina. Papel de la ANMAT. Publicidad no tradicional (PNT). Merchandising en la farmacia. Material POP.



Nueva Propuesta de Capacitación 2022 Agente de Propaganda Farmacéutica - APF

Módulo III: Negociación y venta

Objetivo: entender que la negociación es una forma de lograr algo que tiene el otro y que esto no derive en un conflicto.

Contenidos

Marketing farmacéutico. Buenas prácticas del APF en Farmacia.

Visión moderna de la fuerza de ventas. Vender es una profesión. La influencia personal del vendedor sobre el comprador. La comunicación no verbal del cliente. Situaciones que pueden afectar la relación cliente-vendedor. Tipos de cliente. El cliente técnico. Cross Selling y Up Selling.

Negociación efectiva con beneficios mutuos. Técnicas de negociación para optimizar los recursos disponibles al momento de presentar los medicamentos. Negociación Posicional Vs Negociación Efectiva. Negociar: un estado de ánimo. Astucias del buen negociador.

Módulo IV: Empleabilidad

Objetivo: investigar qué propuestas hay en el mercado laboral para el tipo de servicio profesional que se ofrece, qué competencias está exigiendo el mercado farmacéutico y qué perfiles reclutan.

Contenidos

Tipos de competencias para el perfil profesional. Soft skills. Autoestima. Escucha empática. Inteligencias emocional y social.

Entrenamiento práctico en Posicionamiento Personal.

Búsqueda laboral. Bolsas de trabajo. Sitios web indispensables para estar informado de la industria farmacéutica.

Importancia de la formación continua.



Nueva Propuesta de Capacitación 2022 Agente de Propaganda Farmacéutica - APF

Evaluación

Realización de Actividades que se entregan por plataforma Moodle.

Docente a cargo Esp. Lic. Ana Clara Zanconi

Licenciada en Publicidad y Analista en Medios de Comunicación Social, Universidad del Salvador. Especialización en Ingeniería Gerencial, Universidad Tecnológica Nacional. Estudios de posgrado en Marketing, Universidad Nacional del Sur. Título de Formación Docente Nivel Superior, Universidad del Este. Una década como Asesora de Marketing del diario La Nueva. Experiencia en investigación de mercado realizados para diferentes compañías locales y nacionales. Publicación de numerosos estudios de opinión pública. Entrenadora de equipos de venta y telemarketing. Diseño y puesta en marcha de actividades promocionales. Coaching en Habilidades Sociales para profesionales de distintas orientaciones. Docente universitaria de grado y pregrado. Formadora de Visitadores Médicos y Agentes de Propaganda Farmacéutica en competencias comerciales y negociación. Coordinadora de jornadas de capacitación en la Asociación de Agente de Propaganda Médica de Bahía Blanca como docente del IRS.