

INSTITUTO REGIONAL DEL SUR

Marzo - Junio

2019

Curso de Extensión para APMs AGENTE DE PROPAGANDA FARMACEUTICA - APF



anaczanconi@hotmail.com
wpp 291 6440171



Nueva Propuesta de Capacitación 2019 para estudiantes y egresados de la carrera de APM

Curso de Extensión: APF

¡Agente de Propaganda Farmacéutica en 12 clases!

Modalidad: presencial. Un encuentro por semana. **Días miércoles de 19 a 21.30 Hs**

Metodología de trabajo: los conceptos del curso serán expuestos con el soporte de presentaciones en Power Point y con algunos videos cortos. Se contará con invitados especiales para algunas temáticas. Este año se hará especial énfasis en las últimas tendencias en Nutracéutica.

Perfil del asistente: estudiantes de la carrera de APM que deseen ampliar su campo laboral. Se requiere conocimientos generales de Marketing.

Objetivos del curso

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

Curso Arancelado

Valor: dos cuotas de \$ 1.600.- o un pago de \$3.000.-

Incluye: material de estudio que será enviado vía e-mail y certificado de asistencia.

Consultas: anaczanconi@hotmail.com o WPP 291 6 440171

Tamara Heguilén WPP 291 5271010

Yanina Acevedo: asesorauntref@gmail.com o 291 5102000



Nueva Propuesta de Capacitación 2019 para estudiantes y egresados de la carrera de APM

Fundamentación

¿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.

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 2019 para estudiantes y egresados de la carrera de APM

Colegios y Cámaras

Tipos de Farmacias. Farmacia Hospitalaria.

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.

Principios y características de la Atención Farmacéutica al paciente. Modelos exitosos de atención farmacéutica en el mundo

Módulo II: Marketing de Productos Farmacéuticos

Objetivo: incorporar instrumentos de gestión

Contenidos:

Marketing farmacéutico.

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 según Philip Kotler

Mercado de laboratorios. Posicionamientos.

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

Condiciones de venta: venta libre (OTC), venta bajo receta (RX), venta bajo receta común archivada, venta bajo receta oficial de archivo.

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 2019 para estudiantes y egresados de la carrera de APM

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:

Buenas prácticas del APF en Farmacia.

Visión moderna de la fuerza de ventas.

Vender es una profesión. Las Objeciones abren la puerta de la venta. Tipificación de cierres de venta. La influencia personal del vendedor sobre el comprador. El cliente técnico. Tipos de cliente. Situaciones que pueden afectar la relación cliente-vendedor. La comunicación no verbal del cliente. Cross Selling y Up Selling.

Negociación efectiva con beneficios mutuos. Técnicas de negociación para optimizar los recursos disponibles al momento de presentar los medicamentos. La negociación no es un combate. La estrategia de penetración. Negociación Posicional Vs Negociación Efectiva. Negociar: un estado de ánimo. Astucias del buen negociador.

Principales competencias para alcanzar los objetivos a través de un fuerte liderazgo. Autoestima. Escucha empática. Inteligencias emocional y social. Entrenamiento práctico en Posicionamiento Personal.

Evaluación

Trabajo Práctico final que incluirá un Glosario, investigación, lectura de material bibliográfico y visita a varias farmacias.

Docente a cargo Esp. Lic. Ana Clara Zanconi

Licenciada en Publicidad y Analista en Medios de Comunicación Social. Especialización en Ingeniería Gerencial. Estudios de posgrado en Marketing. Una década como Asesora de Marketing del diario La Nueva Provincia. 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



Nueva Propuesta de Capacitación 2019 para estudiantes y egresados de la carrera de APM

puesta en marcha de actividades promocionales. Capacitadora en 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 numerosas jornadas de actualización en la Asociación de Agente de Propaganda Médica como docente del IRS.