

Contenidos mínimos de cada Espacio Curricular de la Carrera:

1. PRIMER AÑO:

- **ANATOMIA Y FISIOLOGIA HUMANA I (modalidad asignatura):** Estructura y funciones de los distintos órganos y sistema de órganos que integran al cuerpo humano: Estructuras de relación (Sistemas Osteo-mio-articular, nervioso y órganos de los sentidos). Estructuras para la nutrición (Sistemas Respiratorio, digestivo y urinario). Estructuras para la distribución (Aparato cardiovascular). Estructuras para la reproducción (Aparatos genitales).
- **QUIMICA GENERAL (modalidad asignatura):** La Química como ciencia. Materia. Modelos atómicos. Mezclas heterogéneas y homogéneas: soluciones. Sustancias simples y compuestas. Sustancias puras y sus propiedades. Coloide, propiedades. Enlaces químicos. Óxidos. Hidróxidos, ácidos y sales. Equilibrio ácido-base. Compuestos del carbono: hidrocarburos, grupos funcionales oxigenados y nitrogenados. Biomoléculas: glúcidos, lípidos, y proteínas. Ecuaciones químicas generales de la síntesis de fármacos. Nomenclaturas.
- **FARMACOLOGIA GENERAL (modalidad asignatura):** Concepto de Farmacología, farmacocinética y farmacodinamia. La biodisponibilidad. Sistema nervioso y Neurotransmisores. Mecanismos de acción, principales indicaciones, reacciones adversas, interacciones. Grupos de Drogas según patologías.
- **PATOLOGIA GENERAL I (modalidad asignatura):** Concepto de Salud – enfermedad. El hombre como unidad bio-psico-social. Semiología, parasitología, enfermedades infecciosas. Patologías: respiratorias, cardiovasculares, pericárdicas y del sistema circulatorio. Principales síntomas, diagnóstico y tratamiento.
- **ETICA PROFESIONAL (modalidad seminario- taller):** Ética y moral. El comportamiento humano. Teorías éticas fundamentales. Deontología de las profesiones. Universales éticos. Vocación y elementos que conforman el espíritu profesional. Reglas y principios de la Bioética aplicados a la Visita Médica. El trabajo y su valoración social. Necesidades y capacidades. Potencial para el

trabajo. Pautas dentro de la Ley Provincial Nro:7186 para la Visita Médica. La “conquista” ética del médico; Avances tecnológicos y conducta profesional en mercados de alta competencia.

- **LEGISLACION GENERAL (modalidad asignatura):** El derecho y sus generalidades. El ordenamiento Jurídico Argentino. Distintas ramas del Derecho. Obligaciones y Contratos. La relación laboral del Agente de Propaganda Médica y el Derecho del Trabajo. Nociones básicas de la Seguridad Social a tener en cuenta en el ejercicio profesional del APM.
- **COMUNICACIÓN SOCIAL (modalidad seminario – taller):** Comunicación como actividad humana. Evolución del proceso comunicacional en la historia social e individual del ser humano. Elementos e interferencias. Características e importancia de la comunicación. Herramientas. Comunicación e identidad. Conformación de la personalidad. Valor de la comunicación en la Visita Médica.
- **MARKETING GENERAL (modalidad asignatura):** Conceptos generales del Marketing. Terminología específica. El mercado y la demanda. Evolución. El Marketing en el Sector de la Salud y su importancia para el APM. Organización del área comercial. La profesionalización y la calidad total. Estructuras organizativas “tipo” en laboratorios, clínicas e instituciones de salud. Mercados. Modelización del proceso de compra. Las necesidades del consumidor. El modelo de compra en el sector de salud. Identificación de los clientes de un APM y caracterización. Sistema de información e investigación de mercados. Segmentación y posicionamiento. Marketing “Mix”; producto y servicio.
- **INGLES TECNICO I (modalidad asignatura):** Importancia del uso del idioma inglés en textos técnicos y científicos relacionados con la salud y específicamente con medicamentos. Generalidades. Verbo To Be. Pronombres Personales y Demostrativos. Adjetivos Posesivos. Artículos. Sustantivos (formación). Adjetivos (formación) Forma impersonal: There + to be- Presente Simple. Verbos modales. Palabras interrogativas. Conjunciones. Grado comparativo y superlativo de adjetivos. Nexos subordinantes. Voz Pasiva (presente). Caso posesivo. Vocabulario específico.
- **TEORIA Y PRACTICA DE LA PROPAGANDA MEDICA I (modalidad seminario- taller):** Perfil del Técnico Superior Agente de Propaganda Médica. Actitud frente al médico. Receta: selectividad y almacenamiento. Fichero Médico. Comunicación e informática dentro de un laboratorio. Análisis FODA. Motivaciones y funciones. Las necesidades y la Pirámide de Maslow. Producto y Mercado. Supervisión. Literatura médica. Técnicas y manejo de la entrevista en los distintos ámbitos del ejercicio profesional. Trabajo en equipo dentro de la práctica profesional.
- **PRACTICA PROFESIONALIZANTE I:** El desarrollo de los contenidos de este espacio curricular, están detallados en la Planificación de Prácticas Profesionalizantes que se presenta al final de este apartado, como proceso progresivo interdisciplinario hasta la culminación de la Tecnicatura.

2. SEGUNDO AÑO:

- **ANATOMIA Y FISILOGIA HUMANA II (modalidad asignatura):** Fisiología de los Sistemas nervioso, endocrino y digestivo. Correlación del Sistema Nervioso y el Sistema Endócrino para el funcionamiento armónico del organismo. Interacción de sistemas y aparatos en la regulación de la presión arterial. Coordinación de los mecanismos que rigen los procesos digestivos.
- **BIOLOGIA CELULAR (modalidad asignatura):** Generalidades y morfología celular. Funcionamiento como sistema abierto. Células procariotas: características y clasificación de bacterias. Antibiograma. Morfo - fisiología de las células eucariotas humanas. Composición molecular y formas de operar de las membranas. Metabolismo celular: catabólico (oxidación de la glucosa) y anabólico (síntesis de proteínas). División celular. Principales mecanismos de acción de drogas en las células. Importancia del vocabulario técnico del metabolismo celular en la labor cotidiana del APM.
- **FARMACOLOGIA CLÍNICA (modalidad asignatura):** Grupos de drogas según las patologías. Farmacología del sistema respiratorio, tracto intestinal, cardiovascular, sistema nervioso central y periférico. Prescripciones habituales y mecanismos de absorción, distribución y eliminación de medicamentos del cuerpo humano. Reacciones adversas e interacciones de grupos farmacológicos en el organismo.
- **PATOLOGIA GENERAL II (modalidad asignatura):** Principales patologías del aparato respiratorio, digestivo, glandular y urogenital. Anemias. Síndromes, principales complicaciones. Diagnósticos y tratamientos. Nuevas patologías y tratamientos. Riesgos y reglas de bioética en la información sobre patologías diversas.
- **SOCIOLOGIA DE LAS ORGANIZACIONES (modalidad asignatura):** El hombre como ser social. Grupos sociales e interacción humana. Principales teorías sociológicas. Las relaciones humanas y el trabajo. La organización: Estructura y variables actuales. El trabajo en las organizaciones y las relaciones interpersonales. Pautas de comportamiento social del hombre. Elementos y tipos. Autoridad, poder y conflicto como factores claves dentro del grupo. Funcionamiento y estructura humanizante. Cultura Organizacional. Globalización y Multinacionales. Importancia de la organización en el ejercicio profesional del Agente. La comunicación y la motivación individual y grupal en la empresa para el trabajo en equipo. Dinámica de grupos.
- **LEGISLACION PARA LA SALUD (modalidad asignatura):** Análisis de la normativa vigente en materia de salud. Obras sociales y el Programa Médico Obligatorio. Ley de Sida. Ley Nacional de Medicamentos. Legislación Provincial de farmacias, droguerías, farmacias y herboristerías. Ley N° 7186 de Ejercicio Profesional del Agente de Propaganda Médica. Leyes sobre publicidad y propaganda de medicamentos. Farmacovigilancia.
- **MARKETING ESTRATEGICO (modalidad seminario-taller):** Estrategias de Marketing: conceptos generales y aplicaciones. Tipos de mercado - Sistemas de Información e Investigación de mercado (encuestas, programas Informáticos, etc.) Entorno de la Empresa, Competitividad (Fuerzas de Porter), Herramientas (DAFO, Matriz BCG, Marketing Mix) – Diagnostico y Plan de Acción - Implementación de Estratégica

(logotipos, isotipos, colores, PNL) - Producto y Servicio (packaging, pecados del servicio, merchandising). Implementación de técnicas y estrategias en la visita médica.

- **TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN (modalidad seminario-taller):** Técnicas fundamentales de la Comunicación: Oratoria, Negociación, Programación Neuro-Lingüística. Psicología de la Venta y el desempeño del rol profesional del Agente de Propaganda Médica. Obstáculos. Manejo emocional para resolución de Objeciones. Nivel meso-comunicacional y macro-comunicacional. Redes y Flujos. Ceremonial y protocolo. Role play.
- **INGLES TECNICO II (modalidad asignatura):** Organización textual, el léxico y el sentido del texto en idioma inglés. Pasado Simple y Continuo. Tiempo Futuro Simple y Continuo Forma “going to”. Adverbios (formación). Tiempos Perfectos. Oraciones Condicionales (if). Usos de “ing” / “ed”.- Modo Imperativo. Infinitivo de propósito. Vocabulario específico.
- **TEORIA Y PRACTICA DE LA PROPAGANDA MEDICA II (modalidad seminario-taller):** Campos de acción del Técnico Superior Agente de Propaganda Médica. Formas farmacéuticas. Ejercicio profesional en consultorio, hospitales y clínicas. Responsabilidad del Trabajo en Equipo. Presentación Curriculum Vitae para laboratorios de especialidades médicas. Carta de presentación personal ante Organizaciones empresarias. Entrevista personal, selección. Imagen personal y profesional del agente. Role play de la visita médica.
- **PRACTICA PROFESIONALIZANTE II:** Al igual que la Práctica Profesionalizante I, el desarrollo de los contenidos de este espacio curricular, está detallado en la Planificación de Prácticas Profesionalizantes que se presenta al final de este apartado, como proceso progresivo interdisciplinario hasta la culminación de la carrera.

3. TERCER AÑO (Un cuatrimestre)

- **TECNICAS DE PROMOCION Y VENTAS (modalidad seminario-taller):** Estrategias y competitividad. Comercialización y técnicas de ventas. Diagnóstico del entorno y plan de acción. Productos y aspectos promocionales a tener en cuenta en la Visita médica. Planificación de la venta. Inicio, desarrollo y cierre. Servicio posventa. Análisis del mercado farmacéutico actual. Auditorías. Entrevistas. Realidad actual del medicamento como mercancía. Importancia de la promoción personal del agente.
- **PRACTICA PROFESIONALIZANTE III:** Siguiendo todo el Proyecto de Prácticas Profesionalizantes de la Tecnicatura con el fin de garantizar la articulación teórico-práctica en el proceso de formación profesional, el desarrollo de los contenidos también se encuentra detallado en la Planificación de Prácticas Profesionalizantes, que se detalla a continuación como proceso progresivo interdisciplinario hasta la culminación de la carrera.

Desarrollo de las Prácticas Profesionalizantes:

El campo de formación de la Práctica Profesionalizante, está destinado a posibilitar la integración y el contraste de los saberes construidos en los diferentes campos descriptos, con el objeto de garantizar la articulación teoría-práctica, en los procesos formativos a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones reales de trabajo.

El desarrollo de los contenidos de la **Práctica Profesionalizante I** están previstos en forma de seminario taller, con contenidos iniciales de técnicas de investigación y metodología, además de prácticas simuladas de entrevistas con el médico; role play, videos, etc. que se relacionen con la futura actividad del Técnico Superior Agente de Propaganda Médica dentro de todos los ámbitos y a los fines de que los alumnos reflexionen en la acción. Estas actividades de simulación presentarán características análogas a las de los ambientes de trabajo reales.

Los Alumnos comenzarán observando visitas simuladas en el aula realizadas por Visitadores Médicos en actividad, presentando un producto frente a médicos de distintas especialidades y Visitadores Médicos de laboratorios con productos farmacológicos de la especialidad, invitados por el Docente a cargo y/o la Dirección, donde el alumno irá conociendo, analizando y profundizando los momentos de la promoción, como los pasos informativos y de persuasión con el objeto de inducir a la prescripción y el suministro del medicamento en la visita médica.

En los últimos meses del ciclo lectivo correspondiente al cursado del Primer año, los alumnos desarrollarán un informe supervisado y guiado por los docentes especialistas sobre la tipología de la promoción médica y la planificación, difusión y evaluación de campañas publicitarias que realizan los laboratorios, para acercar a los estudiantes a situaciones reales de trabajo

En la **Práctica Profesionalizante del segundo año de la Carrera**, los alumnos deberán realizar prácticas simuladas de visitas a consultorios, promocionando distintos productos ante el Profesional, donde aplicarán los conocimientos teóricos básicos y desarrollarán estrategias y tácticas con un vocabulario técnico específico acorde al producto. Deberán tener en cuenta la adecuada preparación y presentación de la literatura, donde se explicará el texto y las ilustraciones utilizadas, con actitud ética y sensibilidad profesional, de manera breve y precisa, compatible con la hoja de datos científicos aprobada para el medicamento, el nombre del principio activo o el nombre genérico aprobado del medicamento, nombre comercial, usos terapéuticos aprobados, forma farmacéutica, efectos secundarios y reacciones adversas, precauciones, contraindicaciones y advertencias. Todo esto se desarrollará frente a médicos, gerentes de Laboratorios, visitadores médicos en actividad de distintas empresas y/o los profesionales y estudiantes que disponga invitar el docente a cargo.

Para finalizar el segundo año, se elaborará un proyecto de trabajo que estará supervisado y guiado por los docentes especialistas según la temática elegida, que versará sobre el lanzamiento de nuevos productos medicinales similar a lo realizado por los laboratorios, en forma interdisciplinaria. El tema deberá estar relacionado en forma directa con la tarea del Técnico Superior Agente de Propaganda Médica y será aprobado oportunamente. Los alumnos deberán presentar la propuesta de trabajo por escrito y siguiendo las normas de presentación de un lanzamiento y/o monografías/informe científico.

La elaboración del proyecto tendrá una etapa lógica, una etapa operativa y la evaluativa. En la Práctica Profesionalizante II, se elaborará la etapa lógica, mientras que en la **Práctica Profesionalizante III**, se trabajará en las etapas operativa y evaluativa del mismo.

Para culminar la Tecnicatura, los alumnos deberán presentar un Trabajo Final sobre el lanzamiento de un nuevo medicamento, similar a lo realizado por los laboratorios, en forma interdisciplinaria, con el formato de monografía y/o informe científico.

Este trabajo será obligatorio para aprobar el espacio curricular como cierre de la Tecnicatura. Podrá ser netamente teórico, empírico o mixto; individual o grupal. En todos los casos deberá ser interdisciplinario y constará de una justificación que sustente la propuesta.

Durante el cursado del cuatrimestre, los alumnos deberán cumplimentar la etapa operativa y evaluativa del proyecto iniciado oportunamente, respetando los procesos progresivos que se presentaron en las anteriores etapas de la Práctica Profesionalizante.

La evaluación final estará a cargo del profesor titular del espacio y un Tribunal ampliado que permita incorporar a los profesores especialistas en la temática abordada, además del Equipo Directivo. Siempre se deben seguir lo dispuesto en el Reglamento Institucional respecto al Régimen de correlatividades y al ser seminario-taller deberá cumplimentar con los requisitos especificados para la regularidad de estos espacios curriculares, tal como se dispone institucionalmente.

Luego de aprobar esa instancia final evaluativa que requiere tener todas los espacios curriculares anteriores rendidos y aprobados, el alumno egresa como Técnico Superior Agente de Propaganda Médica.

