



SANTA FE

DECRETO 1249/2003 PODER EJECUTIVO PROVINCIAL (P.E.P.)

Plan de estudio de la Carrera de Agente de Propaganda Médica.
Del: 19/05/2003; Boletín Oficial 30/05/2003

VISTO:

El Expediente N° 00401-0081488-2 y agregado N° 00416-0024772-1 del registro del Ministerio de Educación, mediante los cuales su Servicio Provincial de Enseñanza Privada, solicita la aprobación definitiva del Plan de Estudios de la Carrera de “Agente de Propaganda Médica” que se dicta en los Institutos Superiores Particulares Autorizados Nros. 4072 y 4073, ambos denominados “Agentes de Propaganda Médica”, de Santa Fe y de Rosario respectivamente; y

CONSIDERANDO:

Que el mismo comenzó a aplicarse a partir del período lectivo 1998 en los referidos institutos y fue aprobado con carácter experimental por Disposición N° 587/98 del Servicio Provincial precitado, en orden al Artículo 9° - Inciso e) de la Ley N° 6427 y del Artículo 1° - Capítulo I - Título 1° - Punto 8° del Decreto N° 2880/69;

Que además corresponde señalar que el aludido organismo mediante Disposiciones Nros. 478/00 y 071/02, modificó la norma legal premencionada, adecuándose a la Ley Federal de Educación;

Que para solicitar la aprobación definitiva, las instituciones han realizado un exhaustivo análisis pedagógico del plan durante los años académicos en los que se ha llevado a cabo la experiencia;

Que la Comisión Provincial Permanente - Decreto N° 5799/91 - en su Dictamen N° 02/03 aconseja las incumbencias profesionales para el título en cuestión consignadas como derechos en la Ley Provincial N° 9597 (Capítulo III. Del Desempeño Profesional, Artículo 9°, Incisos 1 y 2;

Que este Poder Ejecutivo en un todo de acuerdo con los antecedentes aportados por los organismos intervinientes, estima procedente resolver de conformidad, en uso de las atribuciones conferidas por el Artículo 72° Inciso 5° de la Constitución Provincial;

POR ELLO:

El Gobernador de la Provincia decreta:

Artículo 1°.- Apruébase el Plan de Estudios de la Carrera de “Agente de Propaganda Médica” aprobado oportunamente con carácter experimental por Disposición N° 587/98 y sus modificatorias Nros. 478/00 y 071/02 del Servicio Provincial de Enseñanza Privada del Ministerio de Educación que, como Anexo en doce (12) fojas forma parte del presente decreto y dase por autorizada su aplicación a partir del Ciclo Lectivo 1998, en los Institutos Superiores Particulares Autorizados N° 4072 de Santa Fe y N° 4073 de Rosario ambos denominados “Agentes de Propaganda Médica”, dependientes del Servicio Provincial precitado.

Art. 2°.- Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese.

REUTEMANN; GERMANO

ANEXO

I - IDENTIFICACIÓN

Denominación: Agente de Propaganda Médica.

Nivel: Terciario no Universitario.

Modalidad: Técnica.

Especialidad: Propaganda Médica.

Duración de la carrera: 2 años y un cuatrimestre.

Título a otorgar: Agente de Propaganda Médica.

Condiciones de ingreso: Conforme lo reglamenta el Decreto N° 2752/86 de los Institutos Superiores dependientes del Servicio Provincial de Enseñanza Privada del Ministerio de Educación.

II - FUNDAMENTACIÓN

En la actualidad la economía mundial se encuentra en un constante cambio y movimiento. La industria farmacéutica al ser un soporte importante y por estar dentro de la globalización se transforma a lo largo del tiempo.

Esta metamorfosis que sufre la industria se ve reflejada en las fusiones entre compañías, en las estrategias que adoptan las diferentes empresas para comercializar sus productos, en sus campañas de marketing, cada vez más agresivas, que llevan a una despersonalización en el trato con sus clientes, los médicos.

Es aquí, donde el Agente de Propaganda Médica, juega un rol fundamental dentro de la industria, dado que es la fuerza de venta que posee cada compañía y en su rendimiento se basa la rentabilidad de la misma.

Atendiendo a las vigentes circunstancias sociales y al avance de los instrumentos tecnológicos este proyecto pretende la formación de un profesional que se abra a la realidad de la provincia, del país y del mundo en forma activa e idónea, procurando para ello una planificación de estudios adaptada a las exigencias actuales y a la interacción entre el origen y el destino del medicamento.

La carrera de Agente de Propaganda Médica ofrece los elementos que intervienen en la formación de los futuros Agentes, pues son ellos (según lo establecido en la Ley N° 9597 de la Provincia de Santa Fe), los que deben hacer conocer a los profesionales de la medicina las especialidades farmacológicas existentes, sus modalidades y sus avances científicos, sin olvidar el contenido ético y la formación humanística que la actividad requiere, por cuanto el medicamento se constituye en un producto de venta atípica y de necesidad comunitaria.

El Agente de Propaganda Médica es un profesional cuyo campo de acción está perfectamente delimitado, y no implica superposición con otras especialidades como vendedores y promotores de farmacia o agentes comerciales, aún cuando algunos laboratorios nacionales e internacionales recurran a ellos como complemento de su promoción medicinal.

Fundamentación pedagógica:

Estilo de Enseñanza: Se ha organizado este Plan de Estudios en tres áreas de formación, una científica y técnica, una ética y una cultural, porque es de interés y objetivo de la Institución la formación integral de la persona, que encuentra en ella un lugar de organización del trabajo intelectual en los procesos de producción, transmisión y apropiación del saber calificado, a partir de un cuestionamiento constante de los conocimientos disponibles donde todas las ideas pueden ser discutidas y dialogar entre sí.

El alumno es el primer responsable de su propia formación y por lo tanto autor y ejecutor de su proyecto de vida. Necesita integrar con el docente y los contenidos una tríada que le permita realizar el proceso de construcción del conocimiento con la guía y apoyatura, en diálogo con el docente

A través de una enseñanza humanizante, el alumno, cuando se enfrenta con un problema, puede resolverlo mejorando la situación, con criterio propio y aportando soluciones al mundo que los rodea. Todo esto supone: Consideración del pensamiento activo como eje del proceso. Establecimiento de un campo de libertad en el juego del pensamiento. Tendencia a la indagación, a la búsqueda de nuevos interrogantes y empleo de instrumentos creativos para hallar soluciones. Participación en la acción directa y concreta. Respeto y estimulación de la originalidad procesal y grupal. Enfoque abierto y realista que posibilite

el replanteo permanente a partir de las exigencias que la realidad histórica, sociopolítica, cultural y los avances de la investigación científica y tecnológica le planteen.

Es importante destacar que tanto enseñanza como aprendizaje comparten la misma acción, son dialécticos, complementarios, en constante movimiento, es un proceso continuo y espiralado, por lo que la Institución instrumenta la coordinación horizontal y vertical de la currícula con el fin de conformar equipos de enseñanza integrados, para planificar con criterio los elementos que se le brinden, de manera que la formación cumpla con sus objetivos. Los docentes orientarán, dinamizarán, utilizando sus conocimientos científicos, personales y específicos. Son quienes: Coordinan y planifican con el grupo para conseguir los objetivos comunes. Estimulan el uso del pensamiento crítico y la decodificación de la realidad. Consideran constantemente al alumno en sus necesidades individuales y mantienen la comunicación fluida. Evalúan, no sólo los conceptos, ideas, leyes, reglas sino también los procesos, desempeños y actitudes personales, y frente a otros, en la tarea específica del Agente de Propaganda Médica.

Fundamentación epistemológica:

El contexto de nuestro tiempo está enmarcado por la cultura tecnológica que supone un modelo específico de conocimiento científico, en el que interesa no sólo la comprensión y explicación de los fenómenos, sino además la posibilidad de aplicar creativamente lo que se sabe para operar sobre la realidad, alentando la posibilidad de duda fundada, discusiones abiertas entre alumnos o con el profesor, de visión de contraste entre teorías e ideologías divergentes, incorporando discusiones académicas hoy vigentes entre los científicos.

En la estructura del plan de estudios encontramos diversidad de lógicas asociadas a la práctica de distintas disciplinas científicas (“duras” y “blandas”) pasando por distintas lógicas que dependen de la inserción en la Institución de los actores (docentes, alumnos, empleados, representante legal) y que constituyen un elemento de riqueza.

La aplicación de la técnica es una actividad social centrada en el saber hacer que mediante el uso racional, organizado, planificado y creativo de los recursos materiales, y la información propios de un grupo y actividad humanos, en una época; brinda respuesta a las necesidades y a las demandas sociales en lo que respecta a la producción, distribución y uso de bienes, procesos y servicios. La tecnología nace de necesidades, responde a demandas e implica la solución de problemas concretos, ya sean de personas, empresas, instituciones o del conjunto de la sociedad.

El conocimiento tecnológico está en permanente interacción con el conocimiento científico lo que permite el perfeccionamiento y avance de ambos.

El mundo contemporáneo se halla cada vez más estructurado sobre las ciencias y tecnologías. Su espectacular avance y la velocidad de los cambios que imponen en todo el andamiaje de la sociedad nos imponen un desafío crucial como institución educativa.

La formación humanística, científica y tecnológica es adecuada si permite manejar códigos y contenidos culturales del mundo actual, operar comprensiva y equilibradamente sobre la realidad material y social y mejorar la calidad de vida. Toda opción en este sentido implica un compromiso ya que puede producir el beneficio esperado o graves daños sociales. En consecuencia, el desarrollo está indisolublemente ligado a los valores plasmados en la Constitución Argentina y a una sólida competencia ética que permita una mirada crítica y metacientífica sobre la realidad.

III - OBJETIVOS DE LA CARRERA

Se procura que el Agente de Propaganda Médica disponga de la suficiente capacitación para planificar, administrar y ejecutar actividades de promoción farmacológica en forma individual o integrando equipos interdisciplinarios. Actúe con sentido crítico en la problemática de su competencia y procure la búsqueda de fundamentación científica y de respuestas originales. Demuestre actitudes de prudencia respeto y equilibrio emocional en la relación interprofesional. Reconozca como bien social las reglas éticas de su profesión. Posea los suficientes recursos técnicos y metodológicos que lo habiliten para satisfacer las demandas y necesidades de promoción y divulgación del mercado farmacológico ante los profesionales de la medicina sobre composición, posología, finalidades terapéuticas y casuística de los productos medicinales. Domine contenidos científicos, éticos y culturales

que le permitan comunicarse de manera eficaz, manejando correctamente el vocabulario técnico. Integre su capacidad y esfuerzo profesional en conductas coherentes de compromiso social frente a los desafíos de la realidad contemporánea. Valore en toda su actividad profesional que el medicamento es un bien social y que no puede promoverse ni alentarse un consumo indiscriminado del mismo, fundamentando este accionar en la Ley N° 9597.

IV - PERFIL DEL EGRESADO

El Agente de Propaganda Médica será un profesional con: Adecuada formación científica y técnica. Actitud de compromiso para desarrollar la profesión respetando los intereses de la sociedad que es el principal destinatario de su actividad. Capacidad para planificar administrar y ejecutar actividades de promoción farmacológica en forma individual o integrando equipos interdisciplinarios. Espíritu de permanente actualización que le permita estar informado sobre los constantes cambios del mercado farmacéutico. Actitud crítica, reflexiva, y creadora en el desempeño de su profesión. Actitud responsable frente a la sociedad, que evite promover y alentar el consumo indiscriminado de medicamentos. Actitud crítica y responsable frente a los avances de la ciencia y la tecnología que hoy no podemos prever.

V - ESTRUCTURA CURRICULAR

PRIMER AÑO

Carga horaria

Disciplinas de Formación Científica y Técnica

Biología General 2 hs.

Química General 2 hs.

Anatomía y Fisiología 2 hs.

Farmacología I 2 hs.

Mercadotecnia, Ventas y Promoción I 2 hs.

Disciplinas de Formación Ética

Ética Profesional I 2 hs.

Disciplinas de Formación Cultural

Introducción a las Ciencias Sociales 2 hs.

Técnicas de la Comunicación I 2 hs.

Psicología Aplicada I 2 hs.

Inglés I 2 hs.

TOTAL 20 hs.

SEGUNDO AÑO

Disciplinas de Formación Científica

Farmacología II 2 hs.

Patología 2 hs.

Mercadotecnia, Ventas y Promoción II 2 hs.

Práctica Profesional I 4 hs.

Disciplinas de Formación Ética

Ética Profesional II 2 hs. Disciplinas de Formación Cultural

Técnicas de la Comunicación II 2 hs.

Psicología Aplicada II 2 hs.

Legislación Profesional 2 hs.

Metodología de la Investigación 2 hs.

Inglés II 2 hs.

TOTAL 22 hs.

TERCER AÑO

Asignaturas Cuatrimestrales

Práctica Profesional II 4 hs.

Estadística Aplicada 4 hs.

Seminario 4 hs.

Políticas de Salud 2 hs.

Inglés III 2 hs.

TOTAL 16 hs.

VI - REGIMÉN DE CORRELATIVIDADES

Para Rendir	Deberá tener aprobada
Farmacología II	Farmacología I Patología Biología General Anatomía y Fisiología
Ética Profesional II	Ética Profesional I
Mercadotecnia, Ventas y Promoción II	Mercadotecnia, Ventas y Promoción I
Técnicas de la Comunicación II	Técnicas de la Comunicación I
Psicología Aplicada II	Psicología Aplicada I
Práctica Profesional II	Práctica Profesional I
Políticas de la Salud	Legislación Profesional
Inglés II	Inglés I
Inglés III	Inglés II

VII - CONTENIDOS MÍNIMOS

BIOLOGÍA GENERAL

La biología como ciencia. La biología celular método científico. Niveles de organización en biología. Célula. Unidad de los seres vivos. Célula procariote y eucariote. Célula vegetal y célula animal. Organización estructural. Funciones celulares. Transporte activo y pasivo. Transporte en masa. Metabolismo celular. Glucólisis. Ciclo de Krebs y fosforilación oxidativa. Reproducción celular: mitosis, meiosis, genes. Cromosomas. Síntesis de proteínas. Genética. Leyes de Mendel. Herencia y genética humana. Anomalías cromosómicas. Multicelularidad. Tejido. Concepto, clasificación, ubicación y función. Funciones de la nutrición. La digestión. Hígado y páncreas. La circulación. Sistema cardiovascular. La respiración. La excreción. El sistema renal. La locomoción. Función del sistema osteo-artromuscular. El sistema endocrino. Funciones de reproducción. El aparato reproductor humano.

QUÍMICA GENERAL

Constitución de la materia. Propiedades. Molécula. Átomo. Modelos atómicos. Tabla periódica. Teoría sobre valencias. Enlace atómico. Metales. No metales. Ácidos bases. Sales. Disoluciones. Osmosis y presión osmótica. Química orgánica. Conceptos generales. Fundamentos de la estructura de las sustancias orgánicas. Clasificación. Hidratos de carbono. Lípidos. Proteínas y aminoácidos. Ácidos nucleicos. Glucólisis. Farmacodinámica y farmacocinética.

ANATOMÍA Y FISIOLOGÍA

Funciones de la nutrición en el ser humano. Captación y transformación de la materia. Glándulas anexas. Hormonas. Absorción. Transporte de materia y energía: función circulatoria. Elementos de la sangre. Propiedades funcionales del corazón. Factores reguladores: presión y pulso. Inmunidad activa y pasiva. Función respiratoria. Hematosis. Eliminación de los desechos: función excretora. Fisiología renal. Reabsorción y excreción tubular. Funciones de relación en el ser humano. Coordinación y regulación de funciones. Transmisión neuromuscular, unidad motora. Acto reflejo. Concepto y clasificación de receptores. Los sentidos. Relación química: secreciones internas. Las hormonas. Locomoción y sostén. Fisiología del sistema osteo-artromuscular. Reproducción. La maduración de las células. Fisiología del aparato reproductor

FARMACOLOGÍA I

Definición de medicamento. Definición de formas farmacéuticas. Clasificación. Formas farmacéuticas líquidas, semisólidas, sólidas, gaseosas. Soluciones parenterales. Preparados oftalmológicos. Sustancias de liberación sostenidas. Antibióticos, antivirales, antimicóticos, tuberculostáticos, antiparasitarios. Lepra. Vitaminas.

MERCADOTECNIA, VENTAS Y PROMOCIÓN I

Mercadotecnia. Evolución de la mercadotecnia. Enfoque de empresas. Ambiente de la mercadotecnia. Mix comercial. Marketing estratégico y operativo. Segmentación. Misión.

Posicionamiento. Análisis externo e interno. Necesidades. Tipos. Motivación del consumidor, jerarquía de las necesidades. Tipos de motivaciones. Proceso de motivación. Percepción. Unidad perceptual. Proceso de percepción. Factores que influyen en el compartimiento de compra. Proceso de decisión de compra. Producto. Clasificación de los productos. Líneas de productos. Ciclo de vida del producto. Marca. Concepto. Estrategia de fijación de precios según la mezcla de productos. Estrategias para ajustar precios. Plaza. Distribución. Canal de distribución. Tipos de intermediarios. Intensidad en la distribución. Estrategias. Promoción de ventas, herramientas. Venta personal. Proceso de ventas. Comparación con el proceso de compra del consumidor, perfil del vendedor profesional. Tarea del vendedor, organización de la fuerza de venta. Establecimiento del territorio de ventas. Asignación del tiempo. Marketing directo. Relaciones públicas. Estrategia pull y push.

ETICA PROFESIONAL I

Núcleo conceptual. Nociones generales de Etica y Filosofía. Ética y moral.: sentido etimológico, análisis crítico de su significado habitual y ciertas definiciones históricas. Núcleo histórico: la filosofía de los orígenes. El mundo como naturaleza. Nociones de salud y enfermedad. Los espíritus sanadores. La cuestión de la felicidad en las diversas escuelas greco-romanas. El pensamiento medieval. La fe como camino de salvación. El problema de la razón en el contexto de la fe. Diversas soluciones. El ideal renacentista. La consagración del hombre en todas sus dimensiones. El pensamiento moderno. La necesidad de la razón. El ideal ilustrado. El programa del idealismo. La irrupción del instinto y los aspectos no racionales del hombre. La síntesis del romanticismo originario. El mundo contemporáneo. El fenómeno de la ciencia y de la técnica. La razón existencial. La crisis de los valores. El problema de la post-modernidad. El fenómeno de la globalización.

INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS SOCIALES

Mirada retrospectiva para la introducción al mundo moderno. La formación del mundo moderno: consolidación y expansión del capitalismo. Fenómenos políticos-sociales-económicos-institucionales y culturales introductivos a los procesos de la primera mitad del siglo XIX. La realidad europea y nuestra historia en la segunda mitad del siglo XIX, y primera del siglo XX. Desde la segunda década del siglo XX hasta nuestros días: nuestro proceso histórico y el contexto mundial.

TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN I

La comunicación. Situación de comunicación. Componentes del proceso comunicativo: los protagonistas y la situación de comunicación. La complejidad de las instancias emisoras-receptoras. Competencias. La semiótica. Concepto de signo lingüístico y no lingüístico. Su clasificación. Lenguaje y acción. Actos de habla. Actos de habla indirecta. Funciones de los textos. Tipos de textos: textos instrumentales. Carta de presentación y curriculum. El texto publicitario. Definición. Tipos. Propaganda y publicidad. La comunicación publicitaria.

PSICOLOGÍA APLICADA I

La interacción hombre-medio. Conducta. Conducta como vínculo. Conflictos y conducta. Conducta y personalidad. La estructura de la psiquis.

INGLÉS I

Nosotros y los otros: información personal. Citas. Toma de decisiones. Presente simple ser o estar para todas las personas. Verbo can. Preguntas abiertas y cerradas. Noción de lugar posesión y existencia. Rutina. Viaje. Procesos. Pasatiempos e intereses. Presente simple. Afirmativo, interrogativo y negativo. Presente continuo. Afirmativo, interrogativo y negativo. Noción de frecuencia. Ocupaciones. Nacionalidades. Pronombres personales. Adjetivos posesivos. Caso genitivo. Imperativo.

FARMACOLOGÍA II

Drogas oncológicas. Antiinflamatorios esteroides, antiinflamatorios no esteroides. Antihistamínicos. Sistema nervioso autónomo. Sistema nervioso central. Diuréticos. Farmacología cardiovascular. Farmacología digestiva, hormonas, anticoagulantes, drogas.

PATOLOGÍA

Inflamación aguda y crónica. Necrosis. Lesiones celulares. Neoplasias. Trastornos del cerebro y del sistema nervioso. Trastornos mentales. Patologías gastrointestinales.

Trastorno del hígado, vías y vesícula biliar. Patología del riñón y vías urinarias. Trastornos de la nutrición. Trastornos hormonales patologías principales de la sangre. Cáncer y sistema inmunitario. Infecciones. Enfermedades de la piel. Patologías del aparato sexual masculino. Patologías del aparato reproductor femenino.

MERCADOTECNIA, VENTAS Y PROMOCIÓN II

Estructura competitiva del sector industrial. Competencia interna. Amenaza a nuevos ingresantes. Análisis de la gama de productos de una empresa. Modelo del Boston Consulting Group. Ciclo de vida de un fármaco. Posicionamiento. Características y beneficios del producto. Marca. Ventaja competitiva del producto. Investigación del mercado farmacéutico. Fuentes de información. Herramientas. Segmentación del mercado. Bases para segmentar modelo de adopción de la prescripción de un nuevo fármaco por etapas secuenciales. Selección del mercado objetivo. Implementación de la segmentación por la red de ventas. F.O.D.A. Objetivos estratégicos. Estrategia de una empresa. Precio. Objetivos de la distribución farmacéutica. Fijación de precios al finalizar la patente de un medicamento. Canales de distribución de un fármaco. Campaña de comunicación. Estilo de comunicación de los medicamentos de prescripción. Medios de comunicación. Visita médica. Actos científicos. Prensa médica. Marketing directo. Otros medios de comunicación. Plan de marketing.

PRÁCTICA PROFESIONAL I

Ventas, definiciones, diversas técnicas e interpretación. Publicidad, propaganda. Creatividad, forma de propaganda. Estrategias, tácticas. Objetivos de ventas. Formas de auditorias, punto de equilibrio empresarial, nuestra participación. Vademécum, sus tipos. Lanzamientos de productos. Importancia de entrevistas en hospitales y consultorios. Desarrollo de entrevistas, frecuencia y secuencia de las mismas. Planificación y comercialización.

ÉTICA PROFESIONAL II

Nociones de ética y moral. Esencia del fenómeno moral. Responsabilidad y libertad. Los valores y el relativismo contemporáneo. Hacia una ética dialógica. La situación del mundo contemporáneo. La particularidad de diferentes culturas, especialmente de la cultura argentina. El fenómeno de la globalización. Inserción de la profesión del Agente de Propaganda Médica en la actualidad. La profesión del Agente de Propaganda Médica. Diferencias entre profesión y vocación. Cuestionamientos éticos y existenciales en la actualidad laboral. Las relaciones humanas. (laboratorios-profesionales y relaciones comerciales, etc.). Análisis crítico de las cuestiones planteadas. Propuestas y posibles soluciones.

TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN II

El discurso persuasivo. El control social del discurso. La manipulación conciente para conseguir fines. La fundamentación de la persuasión. La competencia comunicativa. Lo gestual. El discurso argumentativo. La explicación y la argumentación. La situación comunicativa en el discurso argumentativo. La trama argumentativa: superestructura. Encadenamientos argumentativos. Las estrategias argumentativas.

PSICOLOGÍA APLICADA II

Teorías grupales. Clasificación de los grupos. Rol y status. Roles grupales. Tipos de liderazgos. Clasificación de los grupos de acuerdo al líder. Técnicas grupales. Esquema conceptual referencial operativo (E.C.R.O.). Esquema de evaluación del grupo. Concepto de vínculo. Teoría de la enfermedad única (T.E.U.). Breve introducción a la teoría y técnicas de los grupos operativos. Teorías de la comunicación. Definiciones. Funciones de las personas según su actitud. El grupo operativo en las empresas.

LEGISLACIÓN PROFESIONAL

El trabajo humano. Conceptualización. La evolución histórica de los sistemas del trabajo desde la antigüedad y hasta la modernidad. El constitucionalismo social, la ley de contrato de trabajo. Principales institutos. Las convenciones colectivas de trabajo. La convención colectiva de trabajo de Agentes de Propaganda Médica (119/75). La Ley N° 9597 de propaganda médica en la Provincia de Santa Fe: análisis y fundamentos.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Ciencia. Concepto. Clasificación. Método científico. Definición. Etapas. Otros métodos de investigación cuantitativas y cualitativas, definición del problema. Técnicas de resolución de datos como herramientas de la investigación. Elaboración del proyecto de tesina.

INGLÉS II

Lectura comprensiva de diferentes tipos de textos. Diferentes trabajos. Productos y servicios. Entrevistas de trabajo. Descripciones. Estructuras gramaticales. Presente continuo. Pasado simple. Pasado continuo. going to form. Futuro simple. Modales: can, must, need, should, could. Diferentes usos de to get y to have. Expresiones idiomáticas. Formación de adjetivos y adverbios.

PRÁCTICA PROFESIONAL II

El Agente de Propaganda Médica, negociador profesional. Empresa y mercado, investigación y contexto. La venta histórica y su transformación. Influencia cultural. El proceso de la venta. Etapas. Climas de entendimiento y aproximación. Autoevaluación. Planificación del trabajo. Zonas de venta. Objetivos de venta. Equipos de alto rendimiento. El factor tiempo. El arte de la negociación. Psicología de la venta. Liderazgo. Introducción a la oratoria. El buen expositor (test). Preparación y presentación del currículum. Modelos y estilos de carta, solicitud de empleo, entrevistas personales ad hoc.

ESTADÍSTICA APLICADA

Concepto de estadística y sistemas estadísticos. Significado del término estadístico. Sistema estadístico nacional (S.E.N.) población y muestra. Característica de una población. Recopilación de datos: descripción del procedimiento. Presentación de datos: métodos de representación. Representación tabular, distribución de frecuencias. Presentación gráfica de las distribuciones de frecuencias. Medidas de dispersión y posición: medidas descriptivas para datos invariables. Interpretación y aplicación. Aplicación a la bioestadística. Números índices: construcción de índices simples y complejos de precios, valor y productividad. Indicadores socio-económicos, elaborados por el I.N.D.E.C.

SEMINARIO

Finalidad y contenido de una tesina, búsqueda de la información. Definición del problema. Determinación del objeto de la investigación. Plan de trabajo. Investigación bibliográfica. Diseño metodológico. Elaboración y redacción: introducción - marco teórico - metodología - resultados - propuestas - conclusiones.

POLÍTICAS DE SALUD

Derecho a la salud. Aspectos sociales y normativos. Programas sanitarios. Atención de la salud. Implicancias políticas, económicas y sociales. Evolución histórica de las acciones de salud. Factores condicionales. Sistemas comunitarios de atención de la salud. Sistema privado. Servicio público estatal. Régimen de seguros. Tendencias actuales. Sistema argentino. El medicamento en las acciones de salud. Gravitación económica y social. La producción de medicamentos. Perfil funcional y estructural de la industria farmacéutica nacional e internacional. Ley de patentes. Ley de defensa del consumidor.

INGLÉS III

Lectura e interpretación de diferentes tipos de textos relacionados con la profesión: informes, folletos, catálogos, etc. estructura del texto escrito: marcadores cohesivos. Normas de coherencia discursiva. Estructuras gramaticales: presente perfecto. Pasado perfecto. Futuro perfecto. Voz pasiva. Traducción de palabras según contexto. Expresiones idiomáticas. Traducción aproximada de diferentes tipos de textos.

VIII - RÉGIMEN DE EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN

Conforme al Decreto Reglamentario N° 2752/86 que rige a los Institutos Superiores dependientes del Servicio Provincial de Enseñanza Privada del Ministerio de Educación

IX- INCUMBENCIA PROFESIONAL

Conforme Dictamen N° 002/03 de la Comisión Provincial Permanente de Títulos (Decreto N° 5799/91) para el Plan de Estudios que se convalida por el presente decreto y aprobado con carácter experimental por Disposición N° 0587/98 y sus modificatorias Nros. 0478/00 y 0071/02, todas del Servicio Provincial de Enseñanza Privada del Ministerio de Educación.

AGENTE DE PROPAGANDA MÉDICA

Los Agentes de Propaganda Médica se desempeñarán en cualquiera de sus modalidades en

los laboratorios de especialidades medicinales, distribuidores y/o representantes de los mismos pudiendo:

Realizar la promoción y/o difusión de los productos medicinales que le encomienden los laboratorios, distribuidores y/o representantes.

Tener en su poder drogas y/o especialidades medicinales que tengan como finalidad servir de muestras de los productos cuya difusión realicen los profesionales del arte de curar.

