

Programa de Perfeccionamiento para Agentes de Propaganda Médica y Ejecutivos de Marketing Farmacéutico: Biotecnología y Medicamentos (Edición 2017)

Objetivos Académicos:

Brindar todos los conocimientos necesarios para formar APMs, que puedan competir en el competitivo mercado laboral con éxito dentro de estas particulares especialidades médicas.

Satisfacer la demanda actual y especialmente la de los próximos años, consiste en preparar profesionales especializados para administrar los nuevos medicamentos de alta complejidad.

Los alumnos, podrán incorporar nuevas patologías, el abordaje terapéutico, nuevo vocabulario técnico médico, las marcas comerciales y sus empresas titulares, la investigación y desarrollo de nuevas moléculas en curso y las legislaciones vigentes en materia de salud.

Destinado a:

El Curso está destinado a los Agentes de Propaganda Médica (APMs) matriculados – de cualquier universidad e instituto –, o que estén finalizando el mismo y que el título esté en etapa de proceso administrativo. El objetivo, será especializarse en las dos áreas más requeridas por la industria farmacéutica como es la de Biotecnología de Medicamentos.

Programa Académico:

1. Módulo Fundamentos Médicos

Biología

- La célula y sus organelas
- Molécula de ADN
- Tipos de ARN
- Recombinación del ADN: nacimiento de la industria de la biotecnología.
- Anticuerpos monoclonales

Hitos Históricos

- Watson y Crick descubren la genética del ADN.
- 1975. El médico argentino César Milstein crea las bases para los anticuerpos monoclonales.
- Se funda en EEUU Genentech, la primera compañía biotecnológica del mundo
- 2003. Se concluye el Proyecto Genoma Humano

Biotecnología

- Aportes de la Biotecnología a la Salud Humana: La insulina humana, 1º droga biotecnológica (1982)
- Mercado Mundial de Biotecnología
- Repercusiones de la Biotecnología en la economías del tercer Mundo
- Medicamentos biotecnológicos que solucionan enfermedades humanas: Interferones, eritropoyetinas, anticuerpos monoclonales, etc.
- Especialidades involucradas: Oncología, Oncohematología, Reumatología, Infectología, Neurología, Transplantología, Oftalmología, Endocrinología, Neumonología, Cardiología.
- Proyectos de desarrollo.
- Biogénicos.

2. Vías de Comercialización

Los canales de comercialización brindan al APM y los ejecutivos del marketing farmacéutico, los instrumentos necesarios para comprender e interactuar eficazmente con los actores del sector. Distribución y comercialización de los productos y drogas utilizadas desde la Biotecnología a varias especialidades, describe todos los procesos que median entre el laboratorio (productor de la biotecnología), droguería y paciente, y entre el laboratorio, farmacia y paciente, etc.

- PMO
- Bancos de Drogas
- Droguerías de Servicio
- Vademécum
- Obras Sociales
- Mandatarias
- Recursos de Amparos

3. Marketing Estratégico

Se analizan las diferentes tácticas y estrategias de marketing fundamentadas en el estudio de los distintos mercados y submercados de las drogas biotecnológicas. Se definen estrategias para los productos realizando un seguimiento de sus resultados. El análisis se realiza a través de auditorías farmacéuticas que evalúan el comportamiento de los diferentes fármacos dentro del mercado. Planeamiento estratégico que contemple todas las etapas del marketing mix: segmentación, posicionamiento, precio y distribución.

- Proyecciones y Valores
- Auditorías
- Mercados
- Targeting
- Segmentación
- Control de pacientes

4. Practica Promocional

El capítulo incorpora el momento de la capacitación promocional, brindando las herramientas para adquirir destrezas y habilidades de negociación para efectuar las diferentes acciones comerciales y promocionales, que nos posibilite insertar con éxito la marca en el mercado respectivo.

- Manejo Promocional
- Líderes de Opinión
- Sociedades Médicas
- Simposios y Congresos
- Instituciones
- Controles