

Curso intensivo en gestión de negocios y marketing de la industria farmacéutica

Agente de la propaganda médica

“20 ANOS DE TRAYECTORIA”

Protegido bajo propiedad intelectual: Curso RE-2019-02410651-APN-DNDA-MJ; Sistemas RE-2019-02306430-APN-DNDA-MJ

Información

¿Qué es el Agente de Propaganda Médica – APM?

El APM es un profesional que dispone de una amplia formación científico – técnica, basada en la actualización constante de sus conocimientos y en la formación continua. Desarrolla su labor en el ámbito de las empresas farmacéuticas, directamente relacionadas con el área médica.

¿Qué es una visita médica?

La visita médica realizada por el APM, es el medio de relación entre los laboratorios y los facultativos que prescriben medicamentos, con el fin de presentar e informar sobre los mismos. Se basa en la transmisión de los conocimientos técnicos adecuados, para la valoración objetiva de la utilidad terapéutica de dichos medicamentos.

¿Qué es la industria químico – farmacéutica?

La industria químico – farmacéutica es considerada, a nivel mundial, como el sector más activo y de avanzada tecnología, en lo que respecta a investigación y desarrollo de drogas destinadas al cuidado de la salud humana.

En Argentina existe un importante número de empresas que intervienen en un mercado en crecimiento y con una fuerte inversión en marketing, que las faculta para competir en diferentes segmentos terapéuticos a través de productos medicinales de alta calidad. Esta situación coloca a nuestro país dentro del grupo de empresas de mayor reconocimiento internacional.

Destinatarios

A personas con estudios secundarios completos e interesadas en adquirir una formación en el campo de las empresas farmacéuticas directamente relacionadas con el área médica.

Requisitos de inscripción

- Analítico de Estudios Secundarios previamente legalizada por el Rectorado (Baterías D – AV. Valparaíso S/N)– [Oficialia Mayor | Universidad Nacional de Córdoba \(unc.edu.ar\)](http://Oficialia Mayor | Universidad Nacional de Córdoba (unc.edu.ar))
- DNI (frente y dorso)
- FOTO 4X4 (para el legajo de alumno)
- Certificado de Buena Salud expedido por Médico Clínico (de organismos públicos o privados)
- Completar la ficha de inscripción cargada en la página: [APM Córdoba - Curso de Visitador Médico \(apmcordoba.com\)](http://APM Córdoba - Curso de Visitador Médico (apmcordoba.com))
- Firmar aceptación de condiciones generales y particulares
- Abonar la matrícula

Competencias y ámbito de aplicación

El participante adquirirá una formación para desarrollarse en:

- Consultorios Médicos u Odontológicos. Areas Hospitalarias y de la Salud en general.
- Informando objetivamente sobre medicamentos y fomentando su uso racional.
- Desempeñando puestos directivos en diferentes niveles como director, coordinador o supervisor.
- Promoviendo la venta de equipos médicos o materiales de uso hospitalario y de consultorio.
- Organizando actividades de difusión científica (Congresos, Jornadas, etc.) a nivel regional y nacional en forma coordinada con asociaciones médicas.
- Realizando actividades de sondeo, análisis de mercado y tendencias de ventas de productos.
- Diseñando estrategias promocionales y de ventas.

Plan de estudios

El plan de estudios del Curso está conformado por 4 Areas de conocimiento: Médico – Farmacológico; Mercadotécnica – Estratégica – Comunicacional; Informática – Idiomática aplicadas y Etico – Legal. Estos Módulos conforman el núcleo de conocimientos específicos con los que deben contar los alumnos para desempeñarse en esta actividad. Además, el Plan de Estudios prevé la elaboración y presentación de un Trabajo Final Integrador y de una Evaluación Final en el que se ponen en juego los conocimientos, las habilidades y las destrezas adquiridas durante el cursado.

El cursado tiene una duración de 2 (dos) años y una carga horaria total de 800 horas. Durante el primer año los alumnos deben cursar 21 asignaturas en dos semestres y durante el segundo año cursarán 27 asignaturas, más el Trabajo Final en dos semestres y la Evaluación Final.

Las modalidades de cursado permiten a los alumnos realizar el Curso de manera enteramente virtual, ya que se cuenta con una plataforma disponible en la que además disponen de todos los materiales teóricos y prácticos y desde la cual los docentes y tutores realizan un seguimiento del aprendizaje de los estudiantes.

El Curso prevé además el dictado de dos actividades extracurriculares en el primer año de cursado: Taller de Desenvolvimiento y Trabajo Virtual – Plataforma.

Objetivos

- Ofrecer una capacitación de excelencia para una importante labor social en la comunidad y en la transmisión del conocimiento técnico – científico y gerencial.
- Entrenar en modernas técnicas del marketing aplicadas a la venta de productos medicinales, información y servicios directamente relacionados con la salud y la vida humana.
- Incorporar conocimientos médico – farmacológicos para desarrollar una interacción eficaz con los profesionales de la salud.

Brindar una sólida capacitación personalizada y actualizada en la identificación estratégica de las mercado – tendencias y en el uso de herramientas informáticas que permitan cumplir funciones gerenciales.

Areas de conocimientos – Módulos

- Médico – Farmacológica:
Permite al participante formarse en el conocimiento de aparatos, órganos y sistemas del cuerpo humano y toda la farmacología que el médico racionalmente utiliza en la curación de enfermedades.
- Mercadotécnica – Estratégica – Comunicacional
Capacita al participante en gestión estratégica de marketing, diseño e implementación del plan comercial; tácticas y estrategias comerciales; identificación e investigación de mercado; técnicas de expresión y comunicación; negociación comercial; y planificación de estrategias de promoción.
- Informática – Idiomatica aplicadas
Prepara al participante en nivel básico de aplicación en el manejo de PC – Windows, procesador de texto – Word, planilla de cálculo – Excel y como usuario de correo electrónico y página web – Internet. Además, incorpora el léxico del idioma inglés aplicado a la actividad específica.
- Etico – Legal
Introduce al participante en temas relacionados con la visita médica y la selección laboral, los aspectos éticos, el sector médico, las políticas de salud y el derecho sanitario.
- Integración Final
Habilita al participante, además de cumplimentar con los requisitos establecidos y de plasmar en forma integral los conocimientos conceptuales y empíricos del curso, a obtener el certificado acreditativo de APM.

Area Etico – Legal	
ASIGNATURA	CONTENIDOS
Función Específica.	a) APM, concepto y configuración de su función específica. b) El médico y el APM. c) Ambito de desarrollo de la promoción médica. d) Evaluación histórica de la promoción médica. e) Habilidades del APM.
Acción laboral	a) El APM y su profesionalización. b) Información y servicio. c) La personalidad del APM. d) Capacitación, creatividad y compromiso. e) Cualidades de un APM profesional. f) La auto – motivación. Fuentes de motivación. g) Motivaciones de los clientes.
Políticas de salud y legislación	a) Introducción sobre políticas de salud y legislación. b) Políticas de salud y medicamentos. c) El sistema de salud. d) Derechos de la seguridad social. e) Principios generales de la seguridad social. f) Régimen nacional de obras sociales. g) Concepción de salud – enfermedad. h) Organismos nacionales e internacionales que regulan la actividad farmacéutica. i) Régimen de patentes. j) Profesionalidad del APM.
Industria y mercado farmacéutico	a) Industria farmacéutica. b) El medicamento, su importancia social. c) La industria farmacéutica Argentina. d) Las cámaras empresarias. e) Características de la industria farmacéutica. f) Mercado ético y línea de venta libre. g) Monodrogas y asociación de drogas. h) Formas de presentación.

	i) Acciones de la industria alimenticia ante el cuerpo médico. j) Organizándose para vender mejor. k) La venta de la droguería pasa siempre por el médico u odontólogo.
Condiciones especiales	a) Comercialización y distribución de medicamentos. b) Canales de distribución. c) Régimen de contrataciones con el Estado. d) El rol tradicional del APM ¿Ha cambiado?
Auxiliar médico	a) Relaciones del APM como auxiliar de la medicina. b) La actitud profesional frente al médico. c) Relaciones del APM con la empresa. d) Criterios éticos para la promoción de medicamentos.
Sector médico	a) Sector médico: un lugar en el mundo. b) Medicamentos genéricos. Sus alcances e implicancias. c) El valor de una marca. d) Competencia médica: los controles necesarios. e) El profesional a conquistar: "El médico". f) Influencia de la formación médica en el ejercicio profesional del APM.
Función promocional	a) Concepto. b) Elementos promocionales. c) La muestra médica: "Su importancia". d) La promoción y la industria farmacéutica. e) Ventajas de la entrevista personalizada. f) Claves para mejorar la capacidad de comunicación de los APM's.
Vademecum	a) Definición. b) Vademécum cerrado. c) Vademécum abierto. d) Medicamentos originales. e) El precio del medicamento, lo multifactorial del problema. f) Correcta elección del medicamento: La prescripción racional. g) Humanización de la medicina.

Visita médica – Entrevista	a) La entrevista médica: la importancia de la entrevista médica, características de la entrevista médica en los hospitales y en los consultorios particulares, indagación de necesidades del profesional, caracteres generales de los hospitales, acciones de la industria farmacéutica en los hospitales y en los consultorios – La individualización de la entrevista; las ventajas de saber escuchar, satisfacción a preguntas y tratamiento de las objeciones, cierre de la entrevista médica (situaciones diversas), evaluación personal de los resultados de la entrevista médica. b) Fármacos nuevos y los profesionales de la salud – Segmentación de la audiencia médica, según tiempo de adopción de nuevos fármacos: los audaces, los moderados, los reflexivos, los escépticos y los tradicionalistas – Formas de acción: conocer, informar, asesorar y convencer al profesional – Evaluación de las fuerzas psíquicas del médico (estabilidad y cambio) para lograr "la receta". c) Técnicas de comercialización y su gestión – Necesidades e insatisfacciones del médico: psicológicas y sociales – Los productos de marketing: características, ventajas y beneficios (personalización de los beneficios) – El apoyo esencial del departamento científico del laboratorio.
Diseño curricular	Marketing Personal: como desarrollarlo. Actitud frente a la búsqueda laboral. Modelos de CV – como describir la historia laboral. El currículo en etapas.
Entrevista laboral	Entrevista al personal – concepto de entrevista por competencias. El proceso de búsqueda por parte de la empresa. Como manejarse como entrevistador. Tipos de entrevista.

Area Mercadotécnica – Estratégica – Comunicacional	
ASIGNATURAS	CONTENIDOS
Gestión estratégica de Marketing	Conceptos elementales: Misión, estrategia, ventaja competitiva, metas, políticas. El sistema comercial – variables controlables y no controlables. La segmentación de mercados. Tipos de segmentación e importancia. Análisis del entorno – oportunidades y amenazas – desarrollo de la demanda. El proceso de compra – comportamientos del consumidor.

Tácticas y estrategias comerciales	Plan Comercial – Análisis del sector. Definición de objetivos – relación con el diagnóstico. Elementos del marketing Mix. Ventaja competitiva. Estrategias comerciales: conceptos y aplicación. Evaluación de la estrategia comercial.
Negociación comercial	Habilidades de un negociador – Criterios fundamentales en la negociación. El proceso de la negociación. – Características y etapas. Diferencia entre la negociación tradicional y la de beneficio mutuo. Estrategias de la negociación – Comportamientos para negociar.
Investigación de mercado	El sistema de información comercial. Registro y aplicaciones de la información comercial. Fases de un proceso de investigación comercial y características y elementos intervinientes en cada fase. La encuesta – Formas, consideraciones y evaluación.
Instrumentos y tácticas de venta	Atención al Cliente: desarrollo de cualidades, captar el interés, la importancia de la entrega de valor al cliente. Consideración para un óptimo manejo de herramientas para el vendedor: planificación del trabajo. Etapas de la Venta: desarrollo y características de cada etapa. Cierre de venta y su implicancia en APM. El vendedor y el asesor comercial.
Comunicación	El proceso de la comunicación. Elementos intervinientes. Formas en que se distorsiona la comunicación. Barreras que impiden una comunicación eficaz. Elementos no verbales de comunicación. Técnica y estilos para una comunicación efectiva.
Taller Comunicación Oral – Oratoria	Los Textos orales. La comunicación oral. Prácticas de exposición oral. El texto argumentativo. El decir y las representaciones del decir. Lo subjetivo en la comunicación. Exposiciones con pequeños relatos y anécdotas personales. El Enunciatorio y la función apelativa del texto argumentativo. Reconocimiento

	de adecuación de los textos a los interlocutores o público a quien se dirige el mensaje.
Habilidades directivas	La gerencia: tipos y funciones. La gerencia comercial: su gestión y evaluación y alineamiento con los objetivos corporativos. Motivación al equipo de ventas y evaluación del mismo. Liderazgo. Estilos tradicionales y nuevo enfoque, la inteligencia emocional del líder.
Planificación Estratégica	Planificación, Coordinación, Integración, Dirección, Seguimiento y Evaluación. Análisis interno y externo. Herramientas. Identificación e inventario de problemas. Relaciones. Impacto. Priorización de problemas. Criterios. Orden asignado. Análisis del problema prioritario. Herramientas. Descripción. Consecuencias. Causas. Población afectada. Actores. Intereses. Antecedentes. Inventario de Ideas proyecto. Análisis y evaluación de alternativas de solución. Criterios de selección. Alternativa más adecuada. Proyecto. Eficiencia. Eficacia. Impacto. Gestión interna. Matriz de Proyecto: Objetivos, Componentes, Actividades, Indicadores, Medios de Verificación, Supuestos/ riesgos. Diagrama de Gantt. Aspectos financieros. Recursos. Actividades. Fuentes de financiamiento. Cronograma. Aspectos operativos de la ejecución. Unidad ejecutora. Costos de operación. Metodología de administración. Plan básico de monitoreo. Tipo. Aspectos. Indicadores. Informes. Entidad o área. Recursos. Cronograma.

Area Informática – Idiomática aplicadas	
ASIGNATURAS	CONTENIDOS
Informática I	Conceptos fundamentales de la informática. Hardware y Software. Sistemas operativos.



	Internet práctica para APM. Suite ofimática. MS PowerPoint práctico para APM.
Informática II	Procesador de texto. MS Word práctico para APM. Planilla de cálculo. MS Excel práctico para APM. Casos de estudio y ejercicios prácticos.
Inglés técnico I	CV. Resumen. Carta de presentación. La entrevista. Liderazgo Organización de las empresas: el Personal del Laboratorio. Marketing. Discurso público. Estrategias de venta. Venta directa vs. Venta indirecta. Toma de decisiones.
Inglés técnico II	El personal del hospital. Las enfermedades. Tipos. Síntomas. Diagnóstico y medicación. La célula. Plasma. Membrana. Los sistemas del cuerpo: Inmunológico, nervioso reproductivo, digestivo y respiratorio. Farmacología.

Area Médico – Farmacológica	
ASIGNATURAS	CONTENIDOS
Anatomía	Posición anatómica Cavidades corporales Artrología Miología



	Músculos
Antibióticos	Clasificación de los Antibióticos. Mecanismo de Acción de los Antibióticos Resistencia a los antibióticos Clasificación bacteriana
Aparato Cardiovascular	Morfogénesis de los principales tipos de malformaciones cardíacas y de los grandes vasos Aparato circulatorio Corazón Arterias, venas y capilares Sistema linfático Electrocardiograma Aparato Cardiovascular – 2 Parte Enfermedades (patologías) cardíacas Sistema nervioso autónomo Histología y fisiología Farmacología del corazón Bloqueos Glosario
Aparato Digestivo	Principales malformaciones del aparato digestivo Cavidad bucal y glándulas salivales Estómago / Enfermedades del estómago (o digestivas) y tratamientos Esófago / Enfermedades del esófago y tratamientos Hígado / Enfermedades hepáticas y tratamientos Vía biliar / Enfermedades y tratamientos Páncreas / Enfermedades y tratamientos Intestino delgado / Enfermedades y tratamientos Intestino grueso – colon- / Enfermedades y tratamientos Recto y canal anal / Enfermedades y tratamientos Introducción y recuerdo fisiopatológico del funcionamiento gastrointestinal Estudios del aparato digestivo Farmacología del aparato digestivo Glosario
Aparato Genital	Introducción

	Aparato reproductor femenino Aparato reproductor masculino Enfermedades de transmisión sexual Anticoncepción Hormonal
Aparato Locomotor	Inflamación Cicatrización Mediadores celulares Sistema nervioso central Sistema gastrointestinal Sistema cardiovascular Aparato respiratorio Funciones inmunológicas Enfermedades y traumatismo del aparato locomotor Clasificación antinflamatorios Glosario
Aparato Nervioso	Sistema Nervioso Células Nerviosas Neurotransmisores Histamina, purinas, prostaglandinas Farmacodinamia Factores que modifican el efecto farmacológico Anestésicos Antiepilépticos Agentes anti parkinsonianos Fármacos antipsicóticos Fármacos usados en trastornos afectivos Fármacos usados en el tratamiento de la ansiedad Fármacos estimulantes del sistema nervioso central Uso y abuso de drogas Glosario
Aparato Respiratorio	Desarrollo embrionario del pulmón Anatomía del aparato respiratorio Enfermedades Comunes Padecimientos

	Infecciones respiratorias Antiasmáticos y broncodilatadores Fármacos controladores Fármacos aliviadores Fármacos Broncodilatadores Fármacos anticolinérgicos Glosario
Aparato Urinario	Riñones Función renal Enfermedades comunes que afectan los riñones Estudios para la detección de falla renal Tratamientos Histología normal del riñón Nomenclatura de las lesiones glomerulares corrientes Aspectos morfológicos (nefropatías) Filtración glomerular- aspectos fisiológicos y fisiopatológicos Enfermedades varias de los riñones y sus tratamientos Las Infecciones del Tracto Urinario El Reflujo Vesicoureteral Insuficiencia renal crónica Lesión del riñón y uréter Diuréticos Glosario
Biología	Introducción Historia de la biología La célula y sus organelas Glosario
Dermatología	La dermatología, anatomía de la piel Enfermedades parasitarias Dermatología en Atención Primaria métodos diagnósticos en Dermatología Anatomía, terminología y enfermedades ungueales
Endocrinología	Sistema endocrino Hipófisis Trastornos de la Hipófisis

	Funcionamiento de la hipófisis Hipofunción hipofisaria Patologías Introducción al Diagnóstico ecográfico Glándula Tiroides Anabólicos Esteroides: Cambios Físicos y Psicológicos Insuficiencia Suprarrenal Laboratorio El Páncreas
Farmacología (Cinética – Dinámica)	Introducción Farmacocinética Farmacodinamia Clasificación de fármacos Efectos o acciones farmacológicas Evolución de sustancia química a medicamento Acción farmacológica Factores que influyen en la efectividad y seguridad de administración de los fármacos Afinidad – eficacia Fármacos agonistas y antagonistas Absorción, distribución, metabolismo y excreción de fármacos Relación de la farmacocinética en la aplicación clínica diaria Pautas de dosificación de fármacos Interacciones farmacológicas Interacciones farmacodinamias Interacciones farmacocinéticas
Formas farmacéuticas	Historia del medicamento Forma farmacéutica: Concepto, definición, Atributos Formas Farmacéuticas: Tipos, procedimientos y características Vías de administración El prescriptor ANMAT

Hematología	La Hematología y los Trastornos de la Sangre Descripción General de la Sangre y sus Componentes Hemograma Conceptos básicos de la hematología Grupos sanguíneos, denominación, definición, tipos y transfusiones Enfermedades de la sangre Glosario
Infectología	Infección, heridas y trauma Concepto de patologías Desinfección y esterilización Tipos de infección Heridas, generalidades Infección bacteriana Infecciones micóticas Casos clínicos Enfermedades venéreas Parasitología Glosario
Inmunología	Introducción al sistema inmune Diferentes tipos de respuestas inmunes Organos del sistema inmune Trastornos del sistema inmune Deficiencia inmunológica El enfermo inmunocomprometido en uci: factores pronósticos El enfermo con S.I.D.A Infecciones menos comunes Enfermedades no infecciosas
Medio Interno	Medio interno y homeostasis Compartimientos del medio interno: líquidos intracelular y extracelular Membrana celular Osmosis Sangre Anticoagulantes Agentes anti plaquetarios

	Agentes fibrinolíticos Diuréticos Fluido terapia en pacientes hospitalizados Terapia hidroelectrolítica Terapia de déficit: deshidratación Edema Medio interno en pacientes en diálisis: aspectos de interés específico
Oftalmología	La visión: Aspectos básicos Anatomía funcional de la visión Evaluación del funcionamiento visual Diferentes tipos de afectación visual. Implicaciones funcionales Signos de dificultad visual Datos de interés
Otorrinolaringología	Anatomía nasal Anatomía laríngea Músculos de la laringe Subdivisiones clínicas de la laringe Funciones de la laringe Anatomía de la cavidad bucal Anatomía de las cavidades paranasales
Química	Introducción Divisiones de la química Galerías moleculares Nomenclatura de los grupos funcionales más importantes El carbono Hidrocarburos Alcanos, Alquenos y Alquinos Tipos de funciones Isómeros Glúcidos Monosacáridos Disacáridos Polisacáridos Lípidos

	Proteínas Energía biológica Ciclo krebs
Vías de Administración	Administración de medicamentos Características de las vías más comunes Uso de inyecciones Dilución y estabilidad Vías alternativas a la intravenosa en el paciente crítico Vías de uso preferentemente tópico
Vitaminas	Diferentes tipos de vitaminas y sus características Vitaminas liposolubles Vitaminas hidrosolubles Requerimientos diarios de vitamina

Integración Final	
ASIGNATURA	CONTENIDOS
Trabajo Final	Elaborar en forma grupal un trabajo final / proyecto integrador según pautas establecidas, donde se plasman en una propuesta concreta (documento monográfico) los conocimientos conceptuales y empíricos adquiridos, reflejándose el aprovechamiento del curso en forma integral. Contenido – Etapas Presentación de Pautas y Cronograma Estudio y Diagnóstico – Verificación Diseño de Proyecto y Plan de Acción – Verificación Entrega Versión Preliminar – Verificación Entrega Versión Definitiva – Verificación Presentación y Evaluación
Evaluación Final	Este examen final representa el acto de visita médica y entrevista, mediante el juego de roles (Médico – Agente de Propaganda Médica) según pautas establecidas. Para la aprobación el alumno debe promocionar con pertinencia y solidez un medicamento determinado (Nombre comercial – Principio activo – Laboratorio farmacéutico). Modalidad: Role Playing.

REGIMEN DE CURSADO Y CORRELATIVIDADES

Año de cursado	Semestre	Area de Conocimiento	Asignaturas
PRIMER AÑO	Primer Semestre	Módulo Mercadotécnico-Estratégico-Comunicacional	Gestión Estratégica de Marketing Taller de Desarrollo (Extracurricular)
		Módulo Médico – Farmacológico	Biología Anatomía Química Formas Farmacéuticas Vías de Administración
		Módulo Etico Legal	Función Específica Acción laboral
		Módulo Informático Idiomático	Trabajo virtual – Plataforma (Extracurricular) Informática I
	Segundo Semestre	Módulo Mercadotécnico-Estratégico-Comunicacional	Tácticas y estrategias comerciales Investigación de Mercado Negociación Comercial
		Módulo Médico – Farmacológico	Farmacología (Cinética – Dinámica) Aparato Locomotor Aparato Urinario Aparato Respiratorio Aparato Genital
		Módulo Etico Legal	Industria y Mercado Farmacéutico Políticas de Salud y Legislación
		Módulo Informático Idiomático	Informática II Inglés Técnico I
SEGUNDO AÑO	Primer Semestre	Módulo Mercadotécnico-Estratégico-Comunicacional	Planificación estratégica Comunicación Taller de comunicación oral – Oratoria
		Módulo Médico – Farmacológico	Aparato nervioso Hematología Aparato cardiovascular

			Aparato digestivo Inmunología Antibióticos Endocrinología
		Módulo Etico Legal	Auxiliar médico Sector médico
		Módulo Informático Idiomático	Inglés técnico II
	Segundo Semestre	Módulo Mercadotécnico-Estratégico-Comunicacional	Diseño curricular Entrevista Laboral Instrumentos y tácticas de ventas Habilidades directivas
		Módulo Médico - Farmacológico	Medio interno Infectología Vitaminas Oftalmología Dermatología Otorrinolaringología
		Módulo Etico Legal	Función Promocional Condiciones Especiales Vademécum Visita Médica - Entrevista
		Módulo de Integración Final	Trabajo Final Evaluación Final

Régimen de Correlatividades

Se aplicará el siguiente régimen:

1. Todo alumno para poder cursar y rendir las materias del 1º semestre del segundo año debe tener aprobadas las materias del 1º semestre del primer año de ese mismo Módulo.
Teniendo como límite para aprobar dichas materias hasta fin de noviembre del primer año de cursado.
2. Todo alumno para poder cursar y rendir las materias del 2º semestre del segundo año debe tener aprobadas todas las materias del primer año de ese mismo Módulo.
Teniendo como límite para aprobar dichas materias hasta el 30 de Junio del segundo año de cursado.

Modalidad de dictado

- **Virtual**

Los alumnos cuentan con soporte técnico y contacto de WhatsApp, nexos con los Facilitadores para con la plataforma virtual.

Contacto permanente y cursado a través de Plataforma Virtual.

El cronograma académico puede ser pasible de modificación según necesidad.

En esta modalidad del curso el contenido curricular es el mismo que en la modalidad presencial.

El alumno debe estudiar a través de la Plataforma APM-Virtual mediante los recursos informáticos expuestos.

- **Metodología didáctica**

Se combinan las disertaciones con métodos activos basándose en debates, representaciones, análisis, trabajos grupales y aplicaciones prácticas.

El rol del alumno en el curso virtual está principalmente enfocado a la lectura, investigación y trabajos propuestos desde la plataforma. Además, tendrá una fuerte interrelación entre sus pares y con los tutores, aportando al proceso general del curso. El alumno dispondrá de las siguientes herramientas:

- Apuntes y resúmenes en formato digital.
- Foros de socialización y aprendizaje
- Glosarios con palabras claves
- Calendarización de actividades y anuncios
- Clases sincronizadas a través de plataforma video conferencias
- Chat, Wikis, tareas con plazo de entrega
- Evaluaciones presenciales en determinadas materias
- Evaluaciones múltiples choice con tiempo límite

El rol del tutor está orientado al seguimiento del alumno para guiarlo hasta lograr los objetivos. Las funciones principales que llevará a cabo serán de:

- Facilitador de conocimiento
- Orientador y guía
- Motivador
- Generador de interés

Además, el profesor guiará y responderá consultas a los alumnos vía foro en la Plataforma Virtual.

Asistencia

Al curso (Regularidad): 75% en los 2 años de estudio.

Modalidades de evaluación

En cada materia se realizarán evaluaciones parciales y exámenes finales que pueden ser orales o escritos, dependiendo de la modalidad de cursado. La calificación será numérica y las materias se aprueban con 7 o más puntos.

- Modalidad Virtual: Preguntas Múltiple Choice en plataforma con tiempo límite
- Trabajos prácticos de investigación individual y grupal
- Realización de resúmenes y mapas conceptuales
- Exposiciones de temas mediante Plataforma de Video Conferencia

Duración

Dos años.

Meses de cursado: 21 meses

- Primer año: Marzo – Diciembre – 10 meses
- Segundo año: Febrero – Diciembre – 11 meses

Carga Horaria

800 horas. (Incluidos Trabajos Individuales, Grupales, Trabajo Final – Proyecto Integrador y Trabajos en Plataforma Virtual).

Costos

Matrícula y 21 cuotas de \$ _____ (sujetas a reajustes).

En ningún caso se realiza reintegro de los importes abonados.

Exámenes recuperatorios: \$ _____ por materia (sujetos a reajustes).

Vencimiento: Los días 10 (diez) de cada mes en curso. Desde marzo a diciembre del primer año y desde febrero a diciembre del segundo año de cursado.

El no pago en término inhabilita, sin excepción, para cursar las materias y rendir las evaluaciones en las fechas y horarios previstos según el cronograma. El examen se realizará una vez regularizada la situación, en fecha y horario a determinar y abonando la suma de \$ _____ por examen conforme a la normativa para recuperaciones.

No se disponen becas para el curso, por lo que no se receptan solicitudes de las mismas.

Certificado

Una vez finalizado y aprobado el curso, el participante recibirá un Certificado de Curso de Extensión, y su correspondiente Analítico, otorgado por la **Secretaría de Extensión de la Universidad Nacional de Córdoba**.

Se adjunta Modelo de Certificado.

