



Dirección General de Educación Técnico Profesional-UTU
Dirección Técnica de Gestión Académica
Departamento de Diseño y Desarrollo Curricular

ESQUEMA DE DISEÑO CURRICULAR

Identificación	Código SIPE	DESCRIPCIÓN			
Tipo de Curso	059	Capacitación Profesional Profundización			
Orientación	76U	Idóneo en Farmacia			
Modalidad	Presencial- Semipresencial- Virtual sincrónica y asincrónica				
Perfil de Ingreso	Mayores de 18 años de edad y con 1° año de Educación Media Superior aprobado				
Duración	Horas totales:	Horas semanales:		Semanas	
	126	6		21	
Perfil de Egreso	Este curso le permite al egresado adquirir las siguientes competencias: - Valora, a su nivel, la interrelación de las personas con la salud/enfermedad y sus aspectos preventivos y asistenciales - Desarrolla los conocimientos básicos relativos al mantenimiento y la dispensación de los medicamentos - Conoce y aplica legislación farmacéutica básica - Comprende las nociones básicas de farmacología - Conoce y comprende la terminología básica del medicamento y de su elaboración. - Conoce y aplica las normas de prevención de riesgos y de trabajo seguro				
Créditos Educativos y Certificación	Certificado	Capacitación Profesional en Idóneo en Farmacia			
N° Resolución de la DGETP:	Fecha de presentación: 7/11/2022	Exp. N°	Res. N°	Acta N°	Fecha _/_/_

Nota: SIPE: Sistema Informatizado de Planillado Escolar – Programa Planeamiento Educativo, Área Programación de Cursos y Divulgación de la Oferta.

FUNDAMENTACIÓN

Se requiere la formación de funcionarios calificados para colaborar en la atención de farmacias comunitarias.

Dicha formación debe estar orientada a desarrollar y fortalecer, las competencias necesarias de calidad de gestión en la atención de farmacia comunitaria, así como las referidas al compromiso y responsabilidad en el desempeño del rol de Idóneo.

OBJETIVO

En el transcurso de esta formación académica el estudiante adquirirá las competencias básicas, transversales y específicas que lo capacitará para prestar un apoyo al profesional farmacéutico en los distintos ámbitos de su actividad.

PERFIL DE EGRESO

Este curso le permite al egresado adquirir las siguientes competencias:

COMPETENCIAS BÁSICAS	LOGROS
Lingüística y comunicacional	Comprende consignas y propuestas Expresa su pensamiento de forma coherente
Social y Ciudadana	Defiende sus ideales con respeto y tolerancia Comprende las bases del desarrollo de la vida social y democrática Colaborar a su nivel, junto con los demás miembros de su equipo de trabajo, en la difusión de la información sanitaria, siendo parte activa en la educación sanitaria de la población.
Iniciativa personal y autonomía	Se propone objetivos concretos y es capaz de imaginar los pasos necesarios para lograrlos Se proyecta en tiempo y espacio
Pensamiento crítico y complejo	Es capaz de reflexionar sobre sus acciones Argumenta su pensamiento de forma crítica y reflexiva
Cultura científica, técnica y tecnológica	Reflexiona sobre los beneficios y también las consecuencias vinculadas al del desarrollo de la tecnología
COMPETENCIAS	LOGROS

21

TRANSVERSALES	
Trabajo en equipo	Valora los beneficios del trabajo en equipo e incorpora su metodología Actúa con responsabilidad en las tareas de equipo
Manejo de la Información	Ejercita la actividad de investigación Selecciona información relevante y pertinente a su tarea
Comprensión sistémica	Comprende las interrelaciones complejas de una situación específica. Entiende los sistemas sociales en los que interactúa Participa activamente en la toma de decisiones atendiendo el contexto
Resolución de problemas	Identifica desafíos dentro de un marco situacional Resuelve los problemas planteados frente a una determinada situación y justifica sus acciones
Planificación de tareas	Colabora con la planificación del trabajo grupal y en base a él planifica su acción con coherencia Ejecuta y evalúa las acciones vinculadas con las situaciones de interés

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
Valora, a su nivel, la interrelación de las personas con la salud/enfermedad y sus aspectos preventivos y asistenciales
Desarrolla los conocimientos básicos relativos al mantenimiento y la dispensación de los medicamentos
Conoce y aplica legislación farmacéutica básica
Comprende las nociones básicas de farmacología
Conoce y comprende la terminología básica del medicamento y de su elaboración.
Conoce y aplica las normas de prevención de riesgos y de trabajo seguro

ESPACIOS ACADÉMICOS

Contenido	Horas Semanales	Total Semanas	Total Horas
Marketing	6	4	24
Farmacología y farmacotecnia	6	17	102
Total	6	21	126

PROPUESTA METODOLÓGICA

Se sugiere un enfoque metodológico de Taller, basado en una metodología del aprender haciendo, "learn by doing". Es por eso que el aprendizaje se organiza en torno a diferentes y variadas propuestas que facilitan la adquisición de las competencias que son objetivo del curso. Los alumnos deberán complementar actividades que implican: asimilación, aplicación, búsqueda y análisis de información, comunicación y producción.

El hilo conductor de la metodología a emplear es el fomento del trabajo autónomo, crítico y reflexivo del alumno, elementos fundamentales para “aprender a pensar” y “aprender a actuar” con responsabilidad y eficiencia

Se realizarán planteos actualizados de las temáticas, donde se pueda apreciar estudios de casos y análisis de situaciones problema, trabajar con pequeñas investigaciones o proyectos en el marco de la metodología EBP.

En cuanto a las estrategias de aprendizaje, promover y potenciar desde las aulas contactos con variadas fuentes de información lógico – simbólicas, teniendo presente que hay diversidad de formas de apropiación y construcción del conocimiento por parte de los alumnos y variada experiencia laboral

Preferentemente, el curso se dictará en forma semipresencial, con al menos una o dos instancias de práctica de laboratorio.

La Modalidad virtual será en forma interactiva, con espacios de aprendizajes sincrónicos y asincrónicos. De ser posible, sería fundamental coordinar, al menos 10 días de prácticas formativas, en Farmacias Comunitarias



Dirección General de Educación Técnico Profesional-UTU
Dirección Técnica de Gestión Académica
Departamento de Diseño y Desarrollo Curricular

ESQUEMA DE DISEÑO CURRICULAR

Identificación	Código SIPE	DESCRIPCIÓN			
Tipo de Curso	059	Capacitación Profesional Profundización			
Orientación	76U	Idóneo en Farmacia			
Área de Asignatura	282	Elementos de Marketing			
Asignatura	0641	Comercialización			
Modalidad	Presencial, semipresencial, virtual				
Perfil de Ingreso	Mayores de 18 años de edad y con 1º año de Educación Media Superior aprobado				
Duración	Horas totales:	Horas semanales:		Semanas	
	24	6		4	
Perfil de Egreso	Las competencias adquiridas le permitirán al egresado: •Gestionar el proceso de Atención al Cliente para una óptima calidad del servicio •Generar una cultura de trabajo destinada a la satisfacción •Identificar las distintas variedades de clientes y sus características para una adecuada interpretación de sus necesidades.				
Créditos Educativos y Certificación	Certificado	-----			
Nº Resolución de la DGETP	Fecha de presentación: 7/11/2022	Exp. Nº	Res. Nº	Acta Nº	Fecha __/__/__

FUNDAMENTACIÓN

La propuesta de capacitación que se propone en el presente programa nace de las necesidades competitivas que diferencian la imagen de las organizaciones públicas y privadas.

La eficiencia en relación a este servicio es una herramienta básica en la mejora de calidad de los servicios. El servicio es el nuevo parámetro que utilizan los clientes para juzgar una empresa. Por lo cual resulta de gran relevancia generar nuevas competencias en el ámbito de Marketing y atención al cliente que preparen a nuestros alumnos para interactuar de forma eficaz en el mercado laboral.

Las empresas e instituciones demandan cada vez más personal capacitado en Marketing y Atención al cliente, logrando así destacarse en su mercado a través de una alta calidad del servicio para responder a las solicitudes cada vez más exigentes de los clientes.

El servicio al cliente constituye un alto nivel de productividad, calidad y competitividad que posiciona a las empresas.

OBJETIVOS

Mejorar la calidad del servicio en la tarea de atender al cliente.

Capacitar a los estudiantes en aspectos y contenidos relativos a estrategias de impacto positivo de atención al cliente

PERFIL DE EGRESO

Las competencias adquiridas le permitirán al egresado:

- Gestionar el proceso de Atención al Cliente para una óptima calidad del servicio
- Generar una cultura de trabajo destinada a la satisfacción
- Identificar las distintas variedades de clientes y sus características para una adecuada interpretación de sus necesidades.

CONTENIDOS

1. Introducción al Marketing.

Concepto, herramientas de marketing (marketing mix), concepto de mercado y cliente

2. Marketing de Servicios

Atención en tiempo real, adecuación mediante el conocimiento al servicio, los 8 elementos del marketing de servicio (producto, precio, promoción, plaza, personal, procesos, perceptibles y productividad

3. Atención al Cliente

Comunicación, atención de quejas, técnicas de ventas, técnicas de asesoramiento

PROPUESTA METODOLÓGICA

La propuesta metodológica se basará en una modalidad de taller, con dinámica de presentación que engloba la temática de atención al cliente, así como también actividades grupales recordando una situación donde los han atendido bien y mal la cual servirá de disparador para la presentación del curso y el fundamento de sus contenidos.

Se realizarán también actividades con un enfoque teórico- práctico, buscando que sean motivadoras y participativas con planteos de situaciones-problema que sirvan como disparadores de la acción.

EVALUACIÓN

En la evaluación se valorará el trabajo en equipo, talleres con participación oral y escrita sobre la metodología utilizada durante el curso, pudiendo sondear la incorporación de los procesos de aprendizaje tanto individual como grupalmente.

Se tomará en cuenta la elaboración de soluciones y análisis de las problemáticas que vayan surgiendo a través de los conocimientos incorporados.

MATERIALES Y EQUIPAMIENTO

Para las instancias presenciales se requiere un aula con equipamiento audiovisual y computadora con acceso a internet.

Para la modalidad Semipresencial o virtual, se requerirá de Plataformas de VC y Aprendizaje Virtual.

BIBLIOGRAFÍA

- Mercadotecnia - Lotler-Armstrong, Ed. Prentice Hall, 1996
- Marketing total – N. Baridot, Ed. Macchi, 1992
- Mercadotecnia de Servicios – Christopher H. Lovelock, Ed. Prentice Hall, 3° Edición, 1997
- Marketing de Servicios – Valerie A. Zeithaml-Mary Jo Bitner, Ed. Mc Graw Hill, 2° Edición, 2002
- Servucción, El Marketing de los Servicios – Pierre Eigler-Eric Langeard, Ed. Mc Graw Hill, 1° Edición, 1989