

UNIVERSIDAD DE
Belgrano

BUENOS AIRES - ARGENTINA

CICLO 2023

UBDepec
Educación Continua

**PNL APLICADA AL
RELACIONAMIENTO
CON PROFESIONALES
DE LA SALUD (HCPS)
& OTROS CLIENTES EN
FARMA**

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la industria farmacéutica transita un profundo proceso de cambio, caracterizado principalmente por la migración de una cultura “enfocada en los productos” a otra “centrada en el cliente”. En este escenario, mejorar la experiencia de los clientes, fortaleciendo las habilidades de relacionamiento, constituye un pilar fundamental para el logro de los objetivos organizacionales.

En línea con esa visión, el presente programa propone la aplicación de la Programación Neurolingüística, o PNL, a las interacciones con profesionales de la salud, pacientes, financiadores en salud, autoridades sanitarias u otros clientes (*stakeholders*), en la industria farmacéutica.

La PNL es un marco teórico, basado en la observación, que proporciona herramientas que robustecen las habilidades comunicacionales. En líneas generales, este entrenamiento permite comprender los procesos inconscientes a partir de los cuales las personas captan la información del entorno y organizan el pensamiento, las emociones y los comportamientos que conducen al logro de resultados. Su aplicación a las interacciones con clientes permite ajustar, de manera precisa, el lenguaje verbal, paraverbal y no verbal al de cada interlocutor.

Un profesional entrenado en PNL podrá adaptar sus mensajes a “la misma sintonía y estilo personal del oyente”, lo cual incrementa la empatía con el mismo, permite captar su interés y generar mayor impacto en cada interacción, elevando la calidad y el *engagement* de clientes internos y externos.

CARACTERÍSTICAS

El programa “PNL aplicada al relacionamiento con profesionales de la salud (*HCPs*) y otros clientes en Farma”, se desarrollará en formato virtual sincrónico, mediante clases teórico-prácticas

DESTINATARIOS

Personas que se desempeñen en roles de la industria farmacéutica que tengan un perfil orientado al cliente (*customer-facing roles*), tales como: Fuerza de Ventas, KAMs, MSLs, Gerentes Médicos, profesionales de áreas de Marketing, Acceso, Asuntos Regulatorios y Programas de Pacientes (PSPs), entre otros.

OBJETIVOS

El objetivo del Programa es brindar un entrenamiento robusto en habilidades de comunicación y relacionamiento, basado en técnicas de PNL y Coaching, aplicados a la industria farmacéutica.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: “EL ARTE DE HABLAR EN LA SINTONÍA DEL OTRO”

Objetivo:

Comprender los canales preferenciales de filtración de la información por parte de los clientes y aprender a emitir los mensajes ajustados al sistema representacional específico de cada interlocutor.

Contenidos:

Escucha Activa. Mapas mentales. Modelo VAK. Análisis de perfiles.

MÓDULO 2: “TRANSMITIR EL MENSAJE EN EL ESTILO PERSONAL DEL INTERLOCUTOR”.

Objetivo:

Analizar los diferentes focos de interés de los *stakeholders* y aprender a presentar la información adaptada de manera precisa al estilo del interlocutor.

Contenidos:

Foco de atención e interés. Metaprogramas aplicados a las interacciones humanas.

MÓDULO 3: “ESPECIFICIDAD COMO HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA EL LOGRO DE ACUERDOS”

Objetivo:

Comprender las diferentes interpretaciones del lenguaje y las principales variables cerebrales que pueden interferir en el logro de acuerdos.

Contenidos:

Importancia de la especificidad al hablar. Metamodelo del lenguaje. Detección de Generalizaciones, supresiones y distorsiones. Técnicas de indagación. Pedidos y ofertas efectivos.

MÓDULO 4: “DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA”

Objetivo:

Poner en práctica los conceptos teóricos mediante análisis de casos y role-playings

DIRECTORA ACADÉMICA

DRA. ADRIANA FOLTAN

Médica, egresada de la Universidad Nacional de La Plata, con más de 18 años de trayectoria en la Industria Farmacéutica. Adriana es Coach Agile (Universidad Tecnológica Nacional), Coach Ontológico, Ejecutivo y Organizacional y está certificada como Practitioner en Programación Neurolingüística, (Escuela Argentina de PNL y Coaching). De manera complementaria, realizó cursos de Posgrado en Marketing Farmacéutico, Investigaciones Clínicas, e Investigaciones en Pacientes Vulnerables (pediátricos y oncológicos). Asimismo, realizó diversos cursos de capacitación sobre temas estratégicos, tales como Manejo de Prensa, Presentaciones Orales Efectivas, Negociación, Liderazgo y Gestión del cambio.

Desde hace 6 años se desempeña como coach y mentora, lidera su propia consultora, Adriana Foltan Coaching & Consulting, especializada en Industria Farmacéutica y Salud y es Directora Académica de diversos programas de posgrado, en la Universidad de Belgrano.

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

21 de JUNIO de 2023

FINALIZACIÓN

12 de JULIO de 2023

DURACIÓN

El curso completo tiene una duración de 10 horas reloj, desarrolladas bajo la siguiente modalidad:

- 4 módulos
- (A realizarse en encuentros semanales de 2,5 h. cada uno)
- La modalidad de la cursada es ONLINE y sincrónica.
- **CLASES POR PLATAFORMA ZOOM**

DÍAS Y HORARIOS DE CURSADA

Miércoles de 18:30 a 21 h.

ADMISIÓN

Desempeñarse en la industria farmacéutica, en roles orientados a la interacción directa con diversos clientes, tales como profesionales de la salud, pacientes, pagadores, entre otros.

APROBACIÓN

Como requisito para aprobación del Programa se solicitará una asistencia mínima al 75% de las clases virtuales.

METODOLOGÍA

Clases teórico- prácticas, virtuales y sincrónicas. Workshops y role-playings.

MATERIAL DIDÁCTICO

El material teórico se entregará en formato digital, previo a cada clase.

DOCUMENTACION

Presentar la solicitud de inscripción y fotocopia del documento de identidad.

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado de asistencia, a quienes cumplan con la asistencia requerida.

Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad.