

CARRERAS DE FARMACIA Y BIOQUÍMICA**SEGUNDO AÑO****ASIGNATURA: 0216 - Administración y Farmacoeconomía****OBJETIVOS**

Que el alumno logre:

- Conocer las herramientas básicas de marketing y farmacoeconomía.
- Comprender los contenidos propuestos para poder reconocer nuevas incumbencias en los servicios de salud y la industria farmacéutica en la comercialización del medicamento no solo en el diseño e investigación; saber describir las características del medicamento como bien según la óptica de los distintos actores; la importancia del acceso al medicamento y el papel que el Estado cumple para lograrlo; los distintos integrantes del sistema de salud y el criterio de incorporación o no de medicamentos a un formulario terapéutico.
- Aplicar los distintos conocimientos adquiridos en las asignaturas básicas para la resolución de problemas. **(Ciclo Básico)**.
- Evaluar las distintas áreas donde puede aplicar los conocimientos científicos relacionados con la farmacoeconomía y el marketing. **(Ciclos Básico y Biomédico)**.
- Relacionarse desde la profesión farmacéutica con otras disciplinas para mejorar el acceso al medicamento. **(Ciclo Profesional)**.
- Reconocer los distintos organismos del Estado que se relacionan con el medicamento y sus funciones para asegurar acceso y calidad.

CONTENIDOS

Unidad 1: Conceptos básicos de economía. Definiciones. Propositiones positivas y normativas. Ramas de la economía. Política económica. Ejercitación.

Unidad 2: Economía de la salud. Definición. Historia. Evaluación sistémica de la asistencia y educación de la salud. Ejemplos de gestión de pública, de centros y clínica. Definición de eficacia, eficiencia, ética y equidad en salud.

Unidad 3: Bien. Definición. Clasificación: Público, privado, complementario, suplementario, tutelar, meritorio, social, primario secundario, de consumo y comercial. duraderos, no duraderos, servicios, industriales. La salud como bien. El medicamento como bien según los diferentes actores de la salud. Administración de producto. Productos, marcas, empaques y ser-

vicios. ¿Qué es un producto? Atributos de producto. Decisión por marca y atributos. Empaque, niveles. Etiqueta. Servicio de apoyo. Línea de productos, extensión, amplitud, profundidad y congruencia. Ciclo de vida de un producto y mercado: Características de las etapas (introducción, crecimiento, madurez y declinación). Momento de discontinuar un producto, incidencia en diversas áreas. **(Ciclos Biomédico y Profesional)**.

Unidad 4: Necesidad, deseo y demanda. Concepto de demanda. Factores que modifican la demanda en salud. Factores sociales, nivel cultural, sexo. Edad, tipo de población, nivel económico. Factores demográficos. Epidemiológicas. Influencias sociales y políticas. Búsqueda de equidad. Demanda de medicamentos. Causas que modifican el consumo de medicamentos. Consumo racional de medicamentos. Bienes sanitarios elásticos e inelásticos. Satisfacción de necesidades humanas. Valor y satisfacción. Productos.

Unidad 5: Oferta. Concepto. Factores que modifican la oferta en general. Oferta de servicio sanitario. Factores que afectan la oferta en salud.

Unidad 6: Renta. Concepto. Clasificación del bien según la elasticidad de la renta. Ejemplo de distribución de ingresos en EE.UU. y Argentina. Concepto de salud y riqueza en relación a una nación como base de crecimiento económico.

Unidad 7: Proceso, Resultado, Impacto en salud y Factores de producción. Definición de proceso en salud. Concepto de resultado en salud. Importancia del Impacto en salud. Factores de producción en salud: capital, tierra, trabajo.

Unidad 8: Costo. Concepto. Tipos de costo. Costos sanitario. Costo de medicamento. Patentes medicinales. Incidencia en el costo de medicamento del valor de I+D. elementos patentables. Importancia del costo del medicamento en el costo sanitario. Importancia del costo de medicamento en la fijación del precio. Administración de precio. Factores de fijación de precio internos y externos. Precio basado en el costo. Precio basado en el comprador. Precio basado en la competencia. Formas de fijación de precios de medicamentos en el mundo. Precios de referencia, costo beneficio, costo comparativo. Estrategias de fijación de precios de productos nuevos. Fijación de precios para productos innovadores. Precios por imitación de productos nuevos. Estrategias de fijación de precios según mezcla de productos. Fijación de precios por línea de productos y para opcionales. Fijación de precios para productos cautivos, derivados y por paquete de productos. Estrategia para ajustar precio. Precios por descuento y bonificaciones, precios psicológicos precios discriminatorios, precios de valor, precios por región e internacionales. Cómo iniciar un cambio de precio. Cómo responder a un cambio de precios. Precios relativos. Decisiones de precio y promoción. **(Ciclo Básico)**.



Unidad 9: Mercado. Intercambio, transacciones y relaciones. Concepto. Mercado ideal. Fallas de mercado de la salud. Asimetría de información. Similitud de bienes. Relación de agencia. Externalidades. Fallas por el tipo de bien. Fallas de la economía positiva y normativa dentro del mercado. Acciones del estado para regular las fallas.

Unidad 10: La administración de marketing. Concepto de venta y marketing. Marketing social. Metas de consumo. Satisfacción de los consumidores y opciones. Calidad de vida. Globalización y economía mundial cambiante. Necesidad de mayor ética y responsabilidad social.

Unidad 11: Planeamiento estratégico. Perspectiva. Misión de empresa. Objetivos y metas. Cartera de negocios. Matrices BCG. General Electric y de expansión mercado/producto.

Unidad 12: Ambientes. Micro ambientes de la empresa. Empresa proveedores. Intermediarios comerciales. Clientes. Competencia. Públicos. Macroambientes de la empresa. Entorno demográfico. Ámbito económico. Entorno tecnológico. Ámbito cultural.

Unidad 13: Administración de canales de distribución y distribución física. Naturaleza de los canales de distribución. Razones de la existencia de los intermediarios. Funciones de los canales de distribución. Números de niveles de canal. Canales del sector servicios. Conducta del canal. Organización del canal. Análisis de los servicios al consumidor. Objetivos y limitaciones del canal. Alternativas significativas, evaluación de alternativas y diseño de canales internacionales de distribución. Administrar la selección de los miembros del canal, su motivación y evaluación. Naturaleza y objetivos de la distribución física. Pedidos. Almacenamiento. Inventarios. Transporte, elección de forma de hacerlo. Venta minorista. Cantidad de servicios. Línea de productos. Control de puntos de venta. Comercialización directa. Decisión de mercado meta. Variedad y servicios.

Unidad 14: Administración de estrategia de comunicación. Mezcla de comunicación, características, publicidad. Ventas personales, promoción de ventas. Relaciones publicas y prensa. Componentes de la comunicación: proceso, emisor, receptor codificación, mensaje, decodificación, respuesta, retroalimentación y ruidos. Audiencia meta. Estados de madurez para al compra. Elección del mensaje, AIDA. Contenidos del mensaje. Reclamos a al razón, emoción o la moral. Estructura, fuente y formato del mensaje. Elección de medios ambientes y acontecimientos. Tipos de comunicación. Establecer presupuesto de la comunicación total y de la mezcla. Métodos. Lo factible. Porcentaje de ventas paridad competitiva: Método Objetivo y tarea. Factores para establecer la mezcla de comunicación. Producto / mercado y estrategia para atraer e impulsar Según la etapa del ciclo de vida del producto. Objetivos de la publicidad, informar persuadir y recordar. Establecer el presupuesto de publicidad, según la etapa del ciclo del producto. Según la participación del mercado. Por competencia y satu-

ración, por diferenciación de producto. Evaluación y elección de mensaje. Tener sentido, ser distintivo, ser creíble. Estilos de ejecución, vida real, estilo de vida, fantasía, imagen o estado de ánimo, musical símbolo de personalidad, experiencia técnica, evidencia científica o testimonial. Selección de medios, alcance, frecuencias impacto. Tiempo de medios, continuidad o pulsación. Evaluar publicidad. Promoción de ventas, para consumidores y comerciales. Instrumentos para las promociones de consumo y comerciales. Ventas personales. Objetivos y diseño de estrategia. estructura y reclutamiento. Relaciones públicas y prensa.

Unidad 15: Segmentación. Los mercados y la segmentación. Lo geográfico, lo demográfico. Lo psicográfico y lo conductual. Requerimientos para al segmentación eficaz, mensurabilidad, accesibilidad, sustanciabilidad y accionamiento. Selección de mercado meta, tamaño crecimiento atractivo. Objetivos y recursos. Posicionamiento para ventajas.

Unidad 16: Administración de marketing y sociedad. Responsabilidad social y ética. Críticas sociales de marketing. Acciones públicas y civiles para lograr regulaciones. Principios de políticas públicas relacionadas a la administración de marketing. Libertad del consumidor y productor. Frenar daños potenciales Satisfacción de necesidades básicas. Eficiencia económica. Innovación, educación e información. Protección al consumidor.

Unidad 17: Marketing en la era digital. Factores que perfilan la era de Internet. Digitalización conectividad. Nuevos tipos de intermediarios. Personalización por iniciativa del vendedor o del cliente. Estrategias, e-business, e-marketing comercio electrónico. Beneficios, modalidades, ente empresas y consumidores, entre empresas, entre consumidores y empresas. Presencia física y virtual. Páginas Web. Promesas y retos del comercio electrónico. Rentabilidad. Aspectos legales y éticos de Internet. Aportes individuales.

Unidad 18: Sistema de salud. Características de los modelos de salud. Identificación de los sistemas públicos. Servicio social. Características generales. Provisión de servicio. Posibles regulaciones. Superintendencia de Servicio de Salud. Seguros privados.

Unidad 19: Farmacoeconomía. Concepto. Utilidad del correcto uso de recursos sanitarios. Pasos para la incorporación de medicamentos a un Formulario terapéutico. Cálculo y definición de Costo beneficio, costo utilidad, costo eficacia, costo efectividad, Minimización de costo. Seguridad. ANMAT. Función. Historia y antecedentes mundiales. Fármaco vigilancia. Herramienta importante en la selección de drogas. Medicina basada en evidencia. Concepto. **(Ciclo Profesional)**.

Unidad 20: Pasos para la incorporación de un medicamento en Argentina y Brasil. Entes reguladores de precio .distintas formas de fijación. Tipos de medicamentos del mercado argentino. Ley 25649 de prescripción por nombre genérico. medicamento genérico. Búsqueda de ATC y su significado.

Unidad 21: Plan médico Obligatorio. Concepto. Resolución 310 y 758. Tipos de cobertura según patologías. Resolución 468/05 y su modificación. Importancia para la actividad farmacéutica. Cálculo de precio de referencia. Ejercitación.

Unidad 22: Importancia de la farmacoeconomía en las enfermedades crónicas. Promoción y prevención de enfermedades. Prevención primaria y secundaria. Aplicación en infarto y vacunación. (*Ciclos Biomédico y Profesional*).

Unidad 23: Distintos sistemas de salud del mundo comparando los mismos.

Unidad 24: Financiamiento de gastos sociales. Planes sociales. Plan Remediar. Gasto en salud como porcentaje de PBI y per cápita. Gasto y financiación en Argentina.

ACTIVIDADES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS

En las clases prácticas, generalmente se analizan ejercicios y supuestos normalmente de carácter cuantitativo. Se trata de aplicar los conocimientos teóricos a la resolución de casos y problemas concretos. Las etapas que suelen seguirse en las clases prácticas son:

- a. el profesor selecciona una situación que se refleja en datos para su análisis, y de los cuales, a través de los métodos seleccionados, se llegarán a ciertos resultados o conclusiones.
- b. se entrega el enunciado a los estudiantes preferentemente antes de la clase.
- c. se lee el ejercicio antes de su resolución permitiendo aclarar posibles dudas.
- d. se resuelve el ejercicio, procurando que todos colaboren en la búsqueda de la solución, discusión y análisis obtenidos.

Las clases prácticas suelen basarse en conocimientos teóricos previos. Permiten un desarrollo de las enseñanzas teóricas que posibilita la clarificación de conceptos, la eliminación de fallos en el aprendizaje anterior y el desarrollo de habilidades. Es aconsejable permitir y estimular la participación activa del alumno, de tal modo, que en clase se puede analizar los procedimientos de solución seguidos, los resultados obtenidos y las dudas o aspectos no comprendidos por los estudiantes.

Este tipo de clases también permite poner al alumno en contacto con instrumentos de resolución de problemas y toma de decisiones en casos concretos, que les acercan a las situaciones reales y permiten comprender la aplicación práctica de los modelos teóricos.

Los trabajos prácticos constan de dos tipos de actividades:

- 1) resolución de problemas
- 2) discusión de casos

1) Las clases prácticas de **resolución de problemas** sirve para reafirmar los conceptos teóricos con datos obtenidos de situaciones reales o posibles, poniendo énfasis en los

valores numéricos y unidades. Los problemas se encuentran disponibles desde el comienzo del curso, así como también las guías con tablas y gráficos que puedan utilizarse a lo largo del mismo. En las clases se explican semanalmente “problemas tipo” similares a los que los alumnos deberán resolver. Dichos problemas tienden a analizar casos prácticos reales. Los alumnos pueden consultar en estas clases sus dudas.

2) La discusión de casos se emplea para acercar una realidad concreta al medio teórico, a través de un caso real o diseñado. Se debaten casos clínicos para relacionar los datos planteados en el mismo con el tema en desarrollo. Las diversas soluciones son analizadas en una sesión dirigida por el profesor, permitiendo discutir distintos puntos de vista y comprobar el abanico de soluciones posibles. Este tipo de práctica fomenta el intercambio de ideas y la comunicación entre los estudiantes, y de éstos con los docentes que guían el debate.

Este sistema pretende poner al estudiante en contacto con situaciones reales de la práctica profesional, practicando la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

En instancias más avanzadas de la materia, también se realizan ateneos clínicos interdisciplinarios junto a alumnos de otras carreras del área de la salud.

Temario de Trabajos Prácticos

T.P. 1: Búsqueda de ATC y su significado. Ejercitación en la página:

<http://www.whooc.no/atcddd/>

T.P. 2 al 5: Se dividirá en 4 etapas de análisis

1. Análisis comparativo de especialidades medicinales, patentes y licencias o copias. Indicar ATC de la droga o principio activo en estudio.
2. Determinación del precio de venta al público (PVP) y precio por unidad (PU).
3. A cada alumno o a un grupo se le asignará una droga luego del trabajo del punto 1 y 2. Deberá hacer la búsqueda de todos los productos equivalentes del mercado y realizar el cálculo de los precios de referencia y los porcentajes de cobertura para las obras sociales y afiliados según los siguientes criterios:
 - a) Dado el precio de referencia considerar que todos los productos con precios inferiores serán cubiertos con % de cada uno de ellos y los superiores con el % del de referencia.
 - b) Dado el precio de referencia todos los productos con precios menores al mismo serán cubiertos con el % del de menor valor y los superiores con el % del de referencia
 - c) Se deberá realizar una toma de precios y los equivalentes en junio y otra en octubre.
4. Breve explicación farmacológica del uso del principio activo y la importancia del mismo para la población y su inclusión en formulario terapéutico.

T.P. 6 al 9: Resolución de un problema en tres partes sobre el valor real del medicamento en el ámbito de una obra social o una prepaga, en función del tipo de contrato y de la existencia o no de un financiador.

Ámbitos donde se desarrollan de las actividades

Teóricos	Aulas Universidad Maimónides
----------	------------------------------

BIBLIOGRAFÍA

- Víctor Cerasale y col.: Introducción a la Administración Sanitaria de medicamentos, Farmacopolítica y fármaco economía aplicadas, 2004.
- Genaro: Rémington Farmacia 20^o ed., Editorial Médica Panamericana, 2003.
- Pastori: Análisis económico de salud, Errepar, 1995.
- Alames, Cebes: La salud riqueza de las naciones, Foro de la Defensa de la Salud de los Pueblos, 2002.
- Gines González García: Medicamentos salud, economía y política, Isalud, 2005.
- Stanton-Etzel-Walker: Fundamentos de Marketing, 10 edición, McGraw-Hill.
- Philip Kotler y Gary Armstrong: Marketing, 10 edición, Pearson Prentice Hall.

METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA

Nuestra asignatura, al igual que las demás materias de nuestra carrera, aplica el método de enseñanza centrado en el alumno. La característica principal del mismo es que el proceso didáctico se centra en la actividad del alumno, el profesor entonces trabaja ayudándolo directamente. De esta forma cobra especial importancia el aprender y el proceso de enseñanza se subordina a que el aprendizaje se desarrolle de la mejor manera, priorizando la labor formativa sobre la informativa. Para alcanzar mejores resultados aplicando este método, es necesario que exista un trabajo previo del estudiante que debe realizar una lectura y comprensión de los contenidos de cada clase antes de asistir a la misma. Así entonces buscamos especificar el proceso de enseñanza llegando al alumno concreto e individual. Los grupos reducidos nos permiten una atención y un seguimiento altamente personalizado y una comunicación con un elevado grado de individualización.

El alumno cumplimenta, con anterioridad a la clase, la guía de preguntas o ejercicios que a tal efecto le facilita el docente. Luego durante la clase se observan las respuestas brindadas, juntamente con el docente, quien guía el análisis de las mismas. En otros casos, el alumno realiza previamente la lectura de los temas indicados por el docente y durante el desarrollo de la clase se exponen y debaten con la conducción del docente.

En otras ocasiones las guías o temas a desarrollar, se trabajan en grupos pequeños para ayudar a los estudiantes a discutir y esclarecer las dificultades surgidas sobre el tema en cuestión, para luego hacer una puesta en común de la temática tratada por parte del docente.

Nuestra enseñanza en grupos reducidos nos permite promover un pensamiento más crítico y más lógico ayudando a los estudiantes a resolver problemas y a hacer aplicaciones prácticas de las teorías, también a obtener práctica en la presentación oral de informes y discutir la labor de los estudiantes.

Este tipo de enseñanza también proporciona al profesor una visión retrospectiva sobre el progreso de los estudiantes, así como de las actitudes de éstos, y también de la efectividad de la enseñanza. El docente en todos los casos puede detectar las dificultades y ayudar al estudiante a resolverlas, planteándole ejercicios o preguntas adicionales que lo guíen especialmente en su camino en la búsqueda de las respuestas apropiadas.

En esta asignatura en particular las estrategias y técnicas didácticas utilizadas son:

- **Exposición:** su objetivo es presentar de manera organizada información a un grupo. Por lo general es el profesor quien expone, sin embargo en algunos casos también pueden hacerlo los alumnos. Entre sus ventajas podemos destacar que esta técnica nos permite presentar información de manera ordenada sin importar el tamaño del grupo al que se la presenta. Se puede usar para: hacer la introducción a la revisión de contenidos, presentar una conferencia de tipo informativo, exponer resultados o conclusiones de una actividad. Es recomendada para estimular la interacción entre los integrantes del grupo y es importante destacar que para esta actividad el profesor debe desarrollar actividades para motivar e interesar al grupo en su exposición.
- **Métodos de Proyecto:** su objetivo es acercar una realidad concreta a un ambiente académico por medio de la realización de un proyecto de trabajo. Entre sus ventajas se destaca que es una metodología interesante que se convierte en incentivo, motiva al aprendizaje y estimula el desarrollo de habilidades para resolver situaciones reales. Es recomendable su aplicación en materias terminales de carreras profesionales, en cursos donde se integran contenidos de diferentes áreas del conocimiento y aquellos donde se puede hacer un trabajo interdisciplinario, lo que nos permite la integración con otras carreras tanto del área de la salud como de otras áreas que puedan relacionarse con el tema del proyecto. Es muy importante para esta técnica que se definan claramente las habilidades, actitudes y valores que se estimularán en el proyecto, así como dar asesoría y seguimiento a los alumnos a lo largo del mismo.

- **Métodos de Preguntas:** su objetivo es lograr que a través de la formulación de preguntas se conduzca al alumno a la discusión y análisis de información pertinente a la materia, entre sus ventajas destacamos que promueve la investigación, estimula el pensamiento crítico, desarrolla habilidades para el análisis y síntesis de información. Los estudiantes aplican verdades "descubiertas" para la construcción de conocimientos y principios. Es muy útil para iniciar la discusión de un tema, para guiar la discusión del curso, para promover la participación de los alumnos y para generar controversia creativa en el grupo. Es fundamental para el desarrollo de esta metodología que el profesor desarrolle habilidades para el diseño y planteamiento de las preguntas. Es importante evitar ser repetitivo en el uso de esta técnica.
- **Panel de discusión:** su objetivo es dar a conocer a un grupo diferentes orientaciones con respecto a un tema. Como ventaja podemos señalar que se recibe información variada y estimulante, es una estrategia motivadora y estimula el pensamiento crítico. Se aplica para contrastar diferentes puntos de vista con respecto a un mismo tema. Es muy útil cuando se quiere motivar a los alumnos a investigar sobre contenidos del curso. Es recomendable aclarar al grupo el objetivo del panel y el papel que le toca a cada participante. También es importante hacer una cuidadosa selección del tema en el panel y de la orientación de los invitados. El moderador debe tener experiencia en el ejercicio de esa actividad.
- **Lluvia de ideas:** su objetivo es incrementar el potencial creativo en un grupo. También sirve para recabar mucha y variada información y para resolver problemas. Entre sus ventajas podemos nombrar que favorece la interacción en el grupo, promueve la participación y la creatividad, ayuda a la motivación de los alumnos y es fácil de aplicar. Es una técnica útil al enfrentar problemas o buscar ideas para tomar decisiones. También se emplea para motivar la participación de los alumnos en un proceso de trabajo grupal. Para lograr los objetivos propuestos es importante delimitar los alcances del proceso de toma de decisiones y reflexionar con los alumnos sobre lo que aprenden al participar en un ejercicio como este.

CARGA HORARIA

Carga horaria total: 160

Carga horaria semanal: 5

Período de dictado: Anual

EVALUACIÓN

La evaluación es una actividad inherente al proceso educativo. Su objeto de estudio es el aprendizaje entendido como un proceso y no solamente como resultado, por lo que debe permitir el análisis de las características de este proceso, las condiciones que lo afectaron y retroalimentarlo, o sea dar prioridad a los aspectos formativos.

Mediante la evaluación se busca determinar el grado de cumplimiento del propósito pretendido a través de una actividad de aprendizaje, comparando las ejecuciones de los estudiantes con los objetivos fijados por el docente. Es decir, mediante la evaluación se valoran los resultados obtenidos en el proceso educativo.

Este proceso de control a través de las evaluaciones sirve, a su vez, de mecanismo de información. El análisis de los errores más frecuentes cometidos por los alumnos en los exámenes permite diseñar un proceso de enseñanza mejorado para la continuidad de ese curso y de los cursos siguientes. El conocimiento de los fallos nos guía para insistir en los aspectos que resultan más difíciles de comprender para los alumnos.

La evaluación del aprendizaje tiene efectos sobre el proceso de seguir aprendiendo. De esta manera, se realizan dos tipos de evaluaciones:

- la evaluación que abarca una lección o tópico concreto (corto plazo), que tiene sobre el estudiante el efecto de reactivar o consolidar su recuerdo, centrar la atención sobre aspectos importantes del contenido, estimular las estrategias de aprendizaje, proporcionarles oportunidades de fortalecerlo, ofrecerle información sobre el mismo, ayudarlo a conocer su progreso a efectos de mejorar su autoconcepto y guiar la elección de actividades de aprendizaje para incrementar el dominio de lo aprendido.
- la evaluación que se refiere a módulos más amplios, cursos o experiencias mayores, cuyos efectos son los de aumentar la motivación de los estudiantes hacia la asignatura y condicionar la percepción de sus propias capacidades en la materia que se trata, incidiendo también en la elección que los estudiantes hacen de estrategias de estudio.

Las metodologías empleadas para la evaluación son exámenes de tipo escrito y oral (ver Cuadro 1).

El **examen escrito** es el método de evaluación generalmente utilizado. El alumno en estas pruebas recibe una serie de cuestiones que ha de contestar o resolver, según sea de carácter teórico o práctico, en un período de tiempo determinado.

Las pruebas escritas pueden plantearse con las siguientes variantes:

- a. **Prueba teórica.** El estudiante debe contestar una serie de cuestiones de tipo teórico propuestas por el profesor. Estas cuestiones pueden ser evaluadas mediante *pruebas de ensayo*: de carácter extenso, donde se evalúa el conocimiento sobre un tema o

apartado a desarrollar por el alumno mediante preguntas abiertas, o cuestiones más concretas y breves para contestar en un espacio determinado designado a tal efecto luego de la pregunta (*respuesta breve*). También pueden implementarse otros tipos de ejercicios objetivo-estructurados como *frases para completar*, *respuestas pareadas* o *enunciados con respuestas verdadero / falso*, que se acompañan de la correspondiente justificación mediante una explicación escrita de carácter abierto. Este tipo de evaluación puede plantear una cuestión determinada derivada del programa de la asignatura impartida, o pedir que se relacionen conceptos y contenidos a través de la ilación de los conocimientos adquiridos en esta materia o en otras con la que se articula su currícula.

- b. **Examen práctico.** Se deben resolver en este tipo de examen, unos supuestos o problemas planteados normalmente de carácter cuantitativo, aplicando un determinado instrumento o modelo al fenómeno descrito.
- c. **Pruebas mixtas.** Utilización conjunta de los dos tipos anteriores, valorándose tanto el aprendizaje teórico como la capacidad de resolver cuestiones prácticas mediante la aplicación de los conocimientos teóricos.
- d. **Examen con posibilidad de consultar bibliografía.** Son pruebas encaminadas a resolver cuestiones o casos con la posibilidad de consultar libros y apuntes, previamente preparados por el alumno. Se evalúa la capacidad de obtener información, analizarla y resolver problemas prácticos, más que la memorización de conceptos teóricos.

Otro caso particular de evaluación escrita, dentro de las pruebas objetivas, son los exámenes tipo test o de **selección múltiple** (“multiple choice”) en los que se plantean preguntas cerradas con las respuestas predefinidas. Los alumnos deben seleccionar la o las respuestas correctas entre las opciones planteadas. Suelen generalmente ser enunciados breves y respuestas igualmente no muy extensas. Esta técnica se emplea para obtener, en forma rápida, una visión del grado de adquisición y fijación de ciertos conceptos por parte del alumno, tales como definiciones y clasificaciones, que puedan ser necesarias para la correcta continuidad de la materia.

El otro tipo de evaluación empleada es el **examen oral**. La metodología utilizada para estos casos es el oral estandarizado y el interrogatorio incidental.

Examen oral estandarizado

Los exámenes orales siempre han sido cuestionados por la inconsistencia de las preguntas entre un alumno y otro, así como la variabilidad en la duración del interrogatorio, la complejidad de las preguntas y finalmente en la valoración de las respuestas y la calificación final.

Este aspecto puede mejorar, estandarizando las preguntas y los valores para cada una de ellas al elaborar el examen con consenso de los pares.

De esta manera los exámenes orales, ya sea para parciales o finales, se confeccionan considerando los siguientes aspectos:

A) Estandarizar el contenido

- De acuerdo a los objetivos propuestos, se define claramente el contenido que va a ser evaluado.
- Se elabora un set estándar de preguntas para cada tema.
- Se utilizan las mismas preguntas para todos, o preguntas equivalentes en complejidad y profundidad.

B) Reducir la inconsistencia del examinador

- Se elabora una pauta de corrección para cada pregunta asignando puntaje a cada aspecto de ella que desea evaluar y estableciendo la cantidad de preguntas que se formularán a cada alumno.
- Se capacita a los integrantes de la mesa evaluadora (que siempre cuenta con tres docentes como mínimo) en el uso de las escalas.
- Cada examinador valora por separado y luego, sin la presencia del alumno, se comparan y discuten las diferencias entre los docentes de la mesa, antes de asignar la calificación final.
- En el caso que la cantidad de alumnos a evaluar sea superior a diez, se planifica el examen oral en varias sesiones cortas.

Interrogatorio incidental

Se refiere a la o las preguntas que el docente hace habitualmente a los estudiantes durante el proceso de enseñanza, con el propósito de: verificar la comprensión de los tópicos que se están analizando, captar la atención, saber si se han realizado tareas propuestas, lograr retroalimentación. Este interrogatorio carece de estructura y surge espontáneamente, relacionado con la situación presente, la mayoría de las veces. Puede no ser calificado, a menos que al inicio del curso los estudiantes sean informados que este tipo de interrogaciones tendrán una ponderación en su calificación final.

En ocasiones, se manejan en forma complementaria los exámenes escritos y orales para una misma instancia evaluatoria.

La evaluación en la asignatura es sumativa: se toman como mínimo 3 parciales en dos cuatrimestres y un examen final.

Las calificaciones varían entre cero (0) y diez (10) puntos y la aprobación se consigue con notas de seis (6) o más puntos. De no presentarse el alumno a ninguna evaluación su nota será cero (0). Todos los parciales deben aprobarse y se debe asistir, como mínimo, al 80% de las clases programadas para acceder a la condición de “alumno regular”. Finalmente se evalúa la materia, en forma global, a través de un (1) examen final para la promoción completa de la asignatura.

Cuadro 1. INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN

Tipos de instrumentos	Pruebas Escritas	• De ensayo
		• Estructuradas
		Selección Múltiple
		Respuestas Pareadas
		Verdadero o Falso
		• Semi estructuradas:
		Completación
		Respuesta breve
		Respuesta a libro abierto
		• Interrogatorio Incidental
	• Examen Oral Estandarizado	
	Pruebas Orales	