



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa



EDIZIONE APRILE 2012

**ROMA (XIII^a Edizione) - MILANO (XII^a Edizione)
VENEZIA MESTRE (IV^a Edizione) - NAPOLI (XII^a Edizione) -
BARI (I^a Edizione)**

LE CARATTERISTICHE DEL MASTER

L'approccio al mondo del lavoro è profondamente cambiato: i concetti di "miglioramento continuo e valorizzazione delle competenze", ma anche i fattori di crisi e flessibilità, richiedono una formazione che consenta di essere al passo coi tempi.

In fase di primo inserimento, per esempio, una preparazione meramente teorica, seppur di rilievo, non è ormai sufficiente per affrontare le complesse dinamiche aziendali;

Al contempo, anche per coloro che già sono stabilmente inseriti, si profila sovente l'esigenza di aggiornare e migliorare le proprie competenze, per una costante valorizzazione del proprio profilo professionale, anche nell'ottica di un miglioramento nell'ambito dell'Azienda o di un riposizionamento nel mercato lavorativo.

In entrambi i casi, è dunque fondamentale dotarsi di conoscenze pratiche che, unitamente ad un'adeguata preparazione tecnica (e non solo teorica), consentano la piena valorizzazione del proprio profilo: solo in questa maniera, sarà possibile conseguire il livello professionale e retributivo consoni al proprio valore.

Per la realizzazione di tale finalità, ALMA LABORIS® presta la massima attenzione all'organizzazione del Master "Management & Marketing Farmaceutico", allo specifico scopo di approntare un programma didattico che possa essere efficace sia per coloro che dopo una lunga formazione teorica intendano affrontare concretamente il mondo del lavoro, sia per quanti, già impegnati, intendano approfondire la conoscenza delle materie già affrontate quotidianamente per migliorare la propria posizione lavorativa;

Il programma del Master è stato ideato, prospettato e dunque proposto in maniera tale che possa assolvere ad una doppia finalità: strumento di nuova conoscenza per i profili più giovani, di approfondimento per quanti già inseriti nel mondo del lavoro.

La realizzazione di un percorso formativo realmente di taglio concreto, e dunque di immediata applicazione nel mondo del lavoro, viene apprezzata anche dalle Aziende, prestigiose strutture nazionali e multinazionali, che aderiscono ai nostri percorsi formativi, condividendone la struttura ed i contenuti.

A conferma dell'apprezzamento che il Master riceve dal mondo imprenditoriale, molte Aziende, che desiderano far crescere le competenze dei collaboratori, prevedono la partecipazione dei propri dipendenti (previa selezione), allo scopo di attribuirgli nozioni di carattere tecnico, a completamento e perfezionamento delle attività che vengono svolte quotidianamente.

A tal riguardo il taglio pratico del Master risponde proprio alla necessità di cui sopra: tutti i moduli del Master sono trattati con una giusta alternanza tra premessa "tecnica" (che non va confusa con "teorica") e casi pratici, che intervallano le slides ed il materiale di riferimento, proprio per far cogliere immediatamente al Partecipante la piena rispondenza di quanto illustrato con la realtà lavorativa.

I casi pratici vengono poi analizzati in aula, con un costante rapporto diretto tra il Docente ed i Partecipanti.



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

FINALITA' ED OBIETTIVI

La complessa realtà dell'industria farmaceutica e sanitaria, che rappresenta oggi un sistema in continua evoluzione, richiede la presenza di una figura professionale che abbia la capacità di cogliere i continui mutamenti che si verificano nel settore e fronteggiarli al meglio.

Per ricoprire tale ruolo non è più dunque sufficiente una mera preparazione teorica conseguita al termine di un percorso formativo specialistico (medicina, chimica, farmacia, etc.), ma è fondamentale integrarla con una capacità gestionale e direzionale che deriva dall'acquisizione di strumenti cognitivi tipicamente "manageriali".

Il Master, proprio al fine di fornire tali strumenti, presenta un taglio volutamente pratico, idoneo a supportare la crescita professionale del Manager del settore farmaceutico e sanitario, attraverso l'apprendimento delle logiche organizzative e strategiche alla base di un sistema di gestione aziendale.

Vengono dunque approfondite le tematiche relative al farmaco partendo dall'inquadramento del settore da un punto di vista normativo e di management strategico (Risorse Umane, Controllo di Gestione, Affari Regolatori, A.I.C., etc.), attraverso i principi cardine della Produzione (supply chain farmaceutica, approvvigionamenti, controllo della materia prima, GMP, batch records, area qualità, gestione lotti e magazzino, analisi statistica) e della logistica distributiva, sino a giungere alla attività di Marketing (strategiche ed operative per il lancio dei prodotti).

SBOCCHI OCCUPAZIONALI

L'Esperto in Management & Marketing Farmaceutico, acquisite competenze adeguate, potrà ricoprire ruoli organizzativi, gestionali e consulenziali, sia in attività libero professionali che in aziende pubbliche e private (ASL, Aziende Ospedaliere, Aziende Farmaceutiche, Aziende chimiche, etc.) operando attraverso il coordinamento di specifiche aree e competenze.

DESTINATARI

Il Master di Alta Formazione è indirizzato:

- A coloro che, già ricoprendo ruoli aziendali (Addetti Area Marketing, Responsabili Marketing, Product Manager, Assistenti, Responsabili ricerche di mercato, Componenti della Direzione Commerciale, etc) desiderino accrescere la propria professionalità, consentendo in tal modo alla propria azienda di risolvere adeguatamente le questioni connesse all'attività d'impresa, con buoni risultati sul piano dell'efficienza ed un notevole risparmio sui costi di consulenza;
- Al Professionista già specializzato in un settore specifico (per es. Informatore Scientifico del Farmaco, etc.) che desideri conoscere più nel dettaglio i risvolti di carattere economico/organizzativo peculiari delle Aziende con cui collabora, per colmare le proprie lacune e dotarsi di una maggiore professionalità;

Ai Laureati dei Corsi di Laurea (vecchio e nuovo ordinamento) in Farmacia Chimica e tecnologie farmaceutiche, Chimica, Scienze Biologiche, Scienze Tecnologie Alimentari, Medicina e Chirurgia, Medicina Veterinaria, Informazione Scientifica sul Farmaco, Biotecnologia ed equipollenti

L'offerta formativa è estesa anche ad Enti Pubblici ed Aziende che intendano attribuire ai propri dipendenti e collaboratori una maggiore e più specifica preparazione nella materia oggetto del Master.

LE DUE FASI DEL MASTER

L'attività didattica del Master "Management & Marketing Farmaceutico" si articola in percorso che prevede, dapprima una intensa fase d'aula, in cui vengono trattate tutte le materie oggetto del programma formativo.

Segue, poi, la realizzazione, in autonomia, del Project Work, a cui fa seguito la Verifica Finale.

In particolare:

1) LEZIONI IN AULA

Il Master, attraverso la formula "week-end", si articola in un programma di 10 lezioni (con formula week end non tutti consecutivi) per un totale di 80 ore di aula, ideale per garantire la partecipazione a coloro che sono già altrimenti impegnati in settimana ed intendono acquisire la formazione dell'esperto in "Management & Marketing Farmaceutico".

L'inizio del Master è previsto per il mese di Aprile 2012 nelle sedi di **ROMA, MILANO, VENEZIA MESTRE, NAPOLI E BARI**; le lezioni si svolgeranno dalle ore 9:30 alle 18:30, secondo il seguente calendario:

SEDE	CALENDARIO DELLE LEZIONI APRILE 2012			
ROMA	APRILE : 14,15,28	MAGGIO: 05,19,20,26	GIUGNO: 09,16,23	verifica: 14/07/2012
MILANO	APRILE : 21,22	MAGGIO: 05,12,13,19, 26	GIUGNO: 09,16,23	verifica: 14/07/2012
VENEZIA MESTRE	APRILE : 21,22	MAGGIO: 05,12,13,19, 26	GIUGNO: 09,16,17	verifica: 07/07/2012
NAPOLI	APRILE : 14,15,28	MAGGIO: 05,19,20,26	GIUGNO: 09,16,17	verifica: 07/07/2012
BARI	APRILE : 21,22	MAGGIO: 05,12,13,19, 26	GIUGNO: 09,16,17	verifica: 07/07/2012

Per poter seguire adeguatamente le lezioni e dunque apprendere al meglio il programma didattico, Alma Laboris provvede a consegnare ai Partecipanti il materiale didattico necessario, ovvero slides, dispense di approfondimento e fac-simile di procedure, moduli e documenti rilevanti nella gestione di un'azienda farmaceutica.

1) PROJECT WORK E VERIFICA FINALE:

Dopo aver analizzato completamente il Programma Didattico, e dunque alla conclusione delle lezioni in aula, è prevista la redazione del **PROJECT WORK**.

Tale fase consente al / alla Partecipante di individuare, tra quelle affrontate durante l'iter formativo, una materia ritenuta meritevole di maggior approfondimento, che costituisca una sorta di "**SPECIALIZZAZIONE**", nell'ambito della più ampia preparazione acquisita all'esito del Master: a tal riguardo, il **PROJECT WORK** viene spesso allegato al Curriculum Vitae, come un **BIGLIETTO DA VISITA** che accompagna, distinguendola, la professionalità del / la Partecipante.

In tale ottica, dunque, la scelta della materia da analizzare potrà essere effettuata dal/la Partecipante solo all'esito del percorso formativo, allorché il / la Partecipante avrà avuto modo di esaminare al meglio e da vicino le dinamiche proprie del / la Esperto/a in "**Management & Marketing Farmaceutico**" ed avrà dunque acquisito un più ampio bagaglio di conoscenze specifiche.

La materia prescelta dovrà essere dapprima analizzata dal punto di vista teorico, mediante l'illustrazione delle caratteristiche della tematica, per poi illustrare un caso pratico che sia espressione "sul campo" di quanto esaminato teoricamente.

Per la materiale redazione del Project Work, al/alla Partecipante è attribuito un periodo di tre settimane, durante le quali il Partecipante elaborerà **LA TESINA FINALE**, da consegnare secondo le modalità e tempistiche comunicate per tempo da Alma Laboris: in tale lasso di tempo **il lavoro si svolge in piena autonomia, non essendo prevista attività in aula.**



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

E' opportuno evidenziare che il Project Work non è un esame, ne deve essere valutato e vissuto alla stregua di quest'ultimo: il taglio pratico del Master esige che non venga attribuito un voto (mero e formale retaggio universitario), in quanto scopo di tale lavoro è solo quello di consentire al Partecipante di esprimere e verificare quanto ha appreso nel corso del Master, attraverso l'utilizzo degli strumenti tecnici di cui è in possesso.

Proprio perché non trattasi di un esame, ma di un impegno creato nell'esclusivo interesse del Partecipante, viene lasciata ampia discrezionalità allo stesso in relazione all'impegno da approfondire nella realizzazione del Project. Al contempo, l'analisi dei singoli lavori costituisce un importante momento di verifica per Alma Laboris, che trae importanti spunti per analizzare la validità degli strumenti formativi utilizzati.

Il Consiglio Direttivo di Alma Laboris, letti e valutati tutti i lavori, provvede nel termine di 60 gg. dalla fine del Master ad inviare al Partecipante, unitamente al Diploma di Master, apposita determinazione relativa all'opera svolta, con relativo giudizio.

Al termine del periodo di elaborazione del Project Work, si svolge la giornata di chiusura del Master in seduta plenaria (14 Luglio 2012) : in tale giornata, ha luogo la **VERIFICA FINALE**: alla presenza di una Commissione costituita da Docenti facenti parte della Faculty del Master, viene somministrato al / alla Partecipante un Test con domande specifiche relative alla materia prescelta per l'elaborazione del Project Work, volti a valutare le competenze acquisite dal Partecipante nel corso delle attività d'aule, per verificare reciprocamente i miglioramenti che si sono verificati per effetto della partecipazione al Master.

POST MASTER

Alla conclusione del Master, **ALMA LABORIS®** dedica grande importanza anche al successivo iter professionale dei Partecipanti, al fine di dare continuità all'esperienza formativa vissuta e contribuire alla spendibilità del nuovo bagaglio curriculare, se necessario.

DATABASE CURRICULARE:

In primo luogo, tutti i Partecipati vengono inseriti nel "**DATABASE CURRICULARE**", in cui sono annoverati i profili, costantemente aggiornati, di quanti abbiano seguito i percorsi formativi di **ALMA LABORIS®**.

Il "Database Curriculare" costituisce un importante strumento di contatto con il mondo del lavoro: non di rado, infatti, le Aziende Partners e le altre istituzioni pubbliche e private con cui **ALMA LABORIS®** intesse rapporti di collaborazione, mostrano interesse, sulla base del rapporto di fiducia col tempo instauratosi, alle figure professionali in uscita dai Master di Alta Formazione e dunque già formate, da valutare e contattare direttamente nel caso in cui vi siano posizioni di lavoro aperte.

ORIENTAMENTO AL LAVORO:

Molto spesso, la scelta di frequentare un Master di Alta Formazione Manageriale **ALMA LABORIS®** nasce non solo dall'esigenza di dotarsi di competenze tecniche aggiornate ed al passo con l'evolversi del contesto lavorativo ma, anche, dalla necessità di riqualificare il proprio profilo, per renderlo più spendibile in vista di una ricollocazione o di una migliore collocazione professionale

ALMA LABORIS® è consapevole dell'importanza di costituire, per il Partecipante che ha riposto fiducia nell'operato dell'Organismo, un punto di riferimento anche dopo la conclusione del percorso formativo in aula: per questo motivo, è stato istituito uno specifico servizio di "**SUPPORTO PER L'ORIENTAMENTO AL LAVORO**", che viene somministrato, **gratuitamente**, a quanti ne facciano espressa richiesta in sede di selezione, oltre a coloro che presentano requisiti curriculari diversi da quelli, di regola, necessari per svolgere la fase di stage (*per esempio, età, esperienza già maturata nel mondo del lavoro, etc.; incompatibilità, etc*) di cui hanno fatto richiesta in sede di selezione.

Il "**SUPPORTO PER L'ORIENTAMENTO AL LAVORO**" consiste in un complesso di azioni volte a delineare, insieme al Partecipante, la cosiddetta "**mappa delle opportunità**", da cui fare emergere aree di business e nicchie occupazionali per orientare il proprio profilo, nell'ottica di una ricollocazione e/o riqualificazione professionale, utile per dotarsi di una nuova "Professionalità", per coloro che sono stanchi dell'attuale contesto lavorativo e/o con la necessità di riproporsi in altre realtà aziendali per rilanciare le proprie competenze e soprattutto le proprie ambizioni.

Il Percorso mira a "**ricostruire**", alla conclusione della fase d'aula, il profilo del/la Partecipante, con il fine di accrescere l'interesse del mondo aziendale, attraverso una accurata disamina dei punti di forza e delle reali potenzialità del/la Partecipante stesso/a ed è strutturato nelle seguenti fasi:



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

1) Test di Valutazione ed Autovalutazione,

In primo luogo, alla luce delle nozioni apprese nel corso del Master, **ALMA LABORIS®** somministra test specifici al fine a far emergere nuove attitudini e dunque ricostruire un valido profilo curriculare;

2) Colloquio individuale con l'Ufficio Placement e Ricostruzione del Profilo;

Sulla base di quanto emerso dai Test, viene poi effettuato un colloquio individuale con i Responsabili dell'Ufficio Placement, finalizzato a far emergere interessi, caratteristiche ed attitudini per costruire un piano di azione professionale coerente e realizzabile: si provvede dunque a ricostruire, o a confermare, l'ambito professionale coerente con le attitudini e le competenze palesate dal Partecipante nei Test, per individuare e suggerire eventuali sbocchi occupazionali in linea con il profilo in uscita;

3) Redazione del Curriculum Vitae e della lettera di presentazione;

Infine, a sintesi di tali attività, **ALMA LABORIS®** fornisce al Partecipante una serie di importanti suggerimenti e consigli per l'ottimale redazione del proprio Curriculum Vitae e della relativa lettera di presentazione, da compilare anche sulla scorta delle informazioni emerse in sede di colloquio individuale;

4) Creazione di un target di contatti di aziende cui inviare il Curriculum Vitae;

ALMA LABORIS® provvede, poi, sulla scorta delle informazioni tratte dai Test e dal Colloquio individuale, a fornire al Partecipante un novero di contatti aziendali, che gli consentiranno di proporre la propria nuova professionalità, per reperire nuove occasioni di collocazione / ricollocazione;

5) Portale "ORIENTAMENTO AL LAVORO": Aggiornamento del profilo e monitoraggio delle opportunità;

In ogni caso, In ogni caso, il/la Partecipante che avrà scelto di fruire del Supporto gratuito, potrà accedere liberamente al Portale "ORIENTAMENTO AL LAVORO" che **ALMA LABORIS®** ha ideato e sviluppato allo specifico scopo di consentire al/alla Partecipante di aggiornare costantemente nel tempo il proprio profilo curriculare e monitorare, al contempo, le opportunità di lavoro che le Aziende partners di **ALMA LABORIS®** periodicamente inseriscono, per proporre in autonomia la propria candidatura.

In questa maniera, il/la Partecipante sarà parte attiva del network aziendale che si è sviluppato negli anni, avendo la possibilità di:

- gestire direttamente, se interessato, la propria pagina personale per evidenziare, volta per volta, le nuove conoscenze e/o competenze che si ritengono possano far accrescere la spendibilità del profilo professionale e renderlo più "appetibile", allorchando le Aziende Partners richiedano direttamente ad Alma Laboris figure manageriali per un eventuale inserimento di più alto livello;
- consultare le inserzioni che sono pubblicate dalle Aziende Partners di Alma Laboris, e valutare l'eventuale interesse a proporre la propria candidatura, se interessato/a;

STAGE (FACOLTATIVO): 4 MESI – 640 ORE COMPLESSIVE

ALMA LABORIS®, propone, per gli interessati, stage che vengono svolti per un periodo di almeno quattro mesi presso Strutture Partners, (Aziende, Società di consulenza, Istituzioni, Associazioni e Studi Professionali) dislocate su tutto il territorio nazionale, individuate e selezionate per la serietà del progetto formativo proposto e per la reale possibilità di contribuire al successivo inserimento lavorativo dello stagista, sussistendone le condizioni.

Lo Stage rappresenta il momento di applicazione pratica di quanto appreso nella fase d'aula e dunque il primo, vero, approccio al mondo del lavoro nel settore di riferimento: di regola si svolge a tempo pieno.

ALMA LABORIS® supporta i Partecipanti ammessi anche alla fase di stage attraverso lo "Sportello Stage", unità operativa dedicata esclusivamente al delicato momento del "training on the job", e ne costituisce il costante punto di riferimento.

ALCUNE AZIENDE DEL SETTORE FARMACEUTICO PARTNERS DI ALMA LABORIS®





Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa



MODALITA' DI ACCESSO

I Master di Alta Formazione Alma Laboris sono a numero chiuso per garantire la creazione di un gruppo d'aula omogeneo: per questo motivo le selezioni per l'ammissione ai Master si svolgono in più giornate, e sono chiuse al raggiungimento del numero massimo previsto, all'esito di un'accurata valutazione dei profili dei candidati pervenuti alle singole giornate.

L'ammissione al Master è, dunque, subordinata al superamento delle selezioni.

La procedura di selezione (45/60 minuti) prevede:

• **TEST DI CARATTERE TECNICO:**

Il Test, a risposta multipla e/ aperta, è strutturato in maniera tale da consentire al Candidato di approcciarsi alle materie oggetto del Master, ed esprimere la propria attitudine alle stesse.

Ovviamente non è necessaria una conoscenza approfondita degli argomenti trattati: il Test è somministrato essenzialmente per cogliere l'inclinazione del Candidato alle tematiche che si affronteranno nel corso del Master, al fine di formare una classe omogenea e concorre alla valutazione complessiva del partecipante, unitamente ad altri parametri fondamentali, quali il Curriculum Vitae ed il colloquio motivazionale con il Responsabile del Master.

• **COLLOQUIO MOTIVAZIONALE CON IL RESPONSABILE DEL MASTER,** teso a cogliere e comprendere le motivazioni del Candidato, al fine di valutare, anche, la reale necessità di frequentare il Master.

In particolare, per quanti desiderino partecipare anche alla successiva fase di stage, il colloquio mira altresì ad individuare in primo luogo la sussistenza dei parametri richiesti dalle Aziende Partners e poi le attitudini del Candidato a svolgere attività aziendali, attraverso la specifica illustrazione dei possibili sbocchi occupazionali a cui il Master conduce.

PER SOCIETA', ENTI ED AZIENDE:

L'offerta formativa è estesa anche a Società, Enti Pubblici ed Aziende che intendano attribuire ai propri dipendenti e/o collaboratori una maggiore e più specifica preparazione nella materia oggetto del Master: in tale caso, è prevista una procedura semplificata, illustrata dalla Segreteria a seguito di specifica richiesta.

All'esito della selezione, nel termine massimo di 10 giorni successivi, il Consiglio Direttivo di Alma Laboris determina il novero dei candidati ammessi: in ogni caso l'esito viene comunicato a tutti i partecipanti.

La Segreteria Organizzativa provvede poi, dopo aver preliminarmente comunicato al Candidato ammesso l'esito positivo, ad inviargli formale comunicazione di ammissione, unitamente alla scheda d'iscrizione al Master di riferimento: al candidato è attribuito un termine congruo per decidere di formalizzare o meno la propria partecipazione e, in ogni caso, a seguito dell'iscrizione è previsto un termine per esercitare l'eventuale recesso, senza nessun addebito.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE E TEMPISTICA DI PAGAMENTO:

- ❖ Fase d'aula: : € 2.000, 00 oltre IVA 21% (totale € 2.420.00)
(anche per dipendenti di Società, Enti e Aziende)

- ❖ Fase d'aula e successivo stage : € 2.500,00 oltre IVA 21% (totale € 3.025.00)

Acconto 10%	contestualmente all'iscrizione
Saldo:	
- I^rata	Entro il 06 Aprile 2012;
- II^rata	Entro il 21 Maggio 2012;



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

I DOCENTI

Per garantire il massimo contributo formativo ai Partecipanti, ALMA LABORIS® dedica la massima attenzione alla composizione della Faculty del Master.

A tal fine, l'Organismo intesse rapporti collaborativi con Professionisti di consolidata esperienza nel mondo della Qualità, I docenti del Master sono professionisti con una consolidata esperienza dell'Organizzazione Manageriale del settore Farmaceutico.

A loro si affiancano manager d'azienda, consulenti, e responsabili di aziende farmaceutiche che porteranno in aula la loro esperienza quotidiana.

L'intero corpo docenti è selezionato proprio per illustrare ai partecipanti, attraverso casi pratici ed esercitazioni, il modo migliore per affrontare la realtà lavorativa.

La Faculty del Corso è composta, tra gli altri, da:

Docente	Società
Ing. A. Ambrosio	"SANOFI AVENTIS" – STERILE BULK MANAGER
Dr. Gianni Frego	DIR. MARKETING OTC/SOP
Dr. Mauro Borghesi	GIA' RESPONSABILE TREASURY "SIGMA TAU
Dr.ssa Valentina Simoni	REGULATORY "BRUNO FARMACEUTICI" S.P.A.
Dr. Gennaro Rinaldi	GIA' RESPONSABILE RISORSE UMANE MULTINAZIONALE FARMACEUTICA
Dr.ssa Paola Lupi	DOC. UNIVERSITARIA - RIS.UMANE "ASL ROMA 1"
Avv. Rita Zenna	PRESIDENTE "CONSORZIO FARMACEUTICO INTERCOMUNALE SALERNO"
Dr. Antonio Messina	RESPONSABILE HUMAN RESOURCE AZ. FARMACEUTICHE
Dr.ssa Paola Astarita	"SANOFI AVENTIS" –QUALITY E SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ;
Dr. Andrea Del Gaudio	"PIERREL" – RESPONSABILE QUALITY E SUPPLY CHAIN;
Dr. Bruno Capasso	RISORSE UMANE MULTINAZIONALE FARMACEUTICA
Dr. Mariano Marotta	"SVIMM" - REGULATORY AFFAIRS E MARKETING FARMACEUTICO
Dr. Domenico De Lucia	CORPORATE ADVISORY
Dr. Flavio Stella	DIRETTORE ALMA LABORIS

TITOLI RILASCIATI:

Al termine del Master "Management & Marketing Farmaceutico" ai partecipanti in regola con la posizione amministrativa e che abbiano frequentato almeno il 80% delle ore totali di programmazione verrà rilasciato il

DIPLOMA DI MASTER IN MANAGEMENT & MARKETING FARMACEUTICO

(Con indicazione della specializzazione nella materia prescelta per l'elaborazione del Project Work)

PROGRAMMA DIDATTICO DEL MASTER

MANAGEMENT FARMACEUTICO

- I. Farmaci;
- II. GMP;
- III. Attività;
- IV. Reparti;

LE BASI DEL MARKETING FARMACEUTICO

- I. Azienda come sistema aperto;
- II. Selling vs. Marketing Concept;
- III. Marketing Strategico ed Operativo;
- IV. Aree di indagine e previsione;
- V. Strategic Planning Process;
- VI. Modello di Gerarchie nella pianificazione;
- VII. Mercato Farmaceutico: attori;
- VIII. D.Lgs 219 del 24 Aprile 2006;
- IX. Segmentazione mercato della salute e dei farmaci;
- X. Analisi di Mercato e della concorrenza;
- XI. Marketing Plan e Business Plan;

STRATEGIE DI MARKETING FARMACEUTICO

- I. Marketing Mix Farmaceutico;
- II. Obiettivi strategici di pricing;
- III. Distribuzione settore farmaceutico;
- IV. Approfondimenti sull'immagine;
- V. Consumer Perception of the market;
- VI. Brand Mapping;
- VII. Brand Positioning;
- VIII. Promozione e Comunicazione;
- IX. Creative Brief;
- X. Esempi di pubblicità stampa;
- XI. Media Plan;
- XII. Trade Marketing e Fact Book;

ANALISI E STRUMENTI OPERATIVI DEL MARKETING FARMACEUTICO

- I. Statistiche di vendita (in e out);
- II. Break down area e Sales control system;
- III. Valutazione portfolio prodotti;
- IV. Analisi tasso di sviluppo marketing;
- V. Posizionamento di marketing e margine operativo;
- VI. Attrattività del mercato;
- VII. Promozione a classe medica e obiettivi e strategie;
- VIII. L'informazione scientifica;

5 – APPROVVIGIONAMENTI; RINTRACCIBILITA' e LOGISTICA

- I. Introduzione;
- II. La qualifica dei fornitori;
- III. Approvvigionamenti;
- IV. Gestione del Magazzino;
 - a. Tipologie di modalità di gestione;
- V. Tracciabilità/Rintracciabilità;
- VI. Supply Chain Farmaceutica;
- VII. Esempio distinta base di prodotto;
- VIII. Riassunto operazione da seguire all'atto del ricevimento del prodotto;

6 – MONITORAGGIO DEI PROCESSI E CONTROLLO QUALITA' DELLA PRODUZIONE

- I. Good Manufacturing Practice;

Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

- II. GLC; CLP;
- III. Aifa e ACQ;
- IV. Fonti di contaminazione del farmaco;
- V. Norme per il personale di stabilimento;
- VI. Mix Up (frammischiamento);
- VII. Cross contamination;
- VIII. Flusso dei materiali e del personale;
- IX. Assicurazione Qualità;
- X. Gestione aziendale della qualità;
- XI. Mansioni qualified person;
- XII. Flusso di produzione;
- XIII. Documentazione di convalida e Site Master File;
- XIV. Validation Master Plan;
- XV. Linea Guida EMEA;
- XVI. URS & Functional Specifications;
- XVII. Design qualification & Installation qualification;
- XVIII. Convalida di metodi analitici e change control;
- XIX. Batch Record;

MANAGEMENT & HR NELL'AZIENDA FARMACEUTICA

- I. Teoria della motivazione;
- II. Concetto di organizzazione delle risorse umane;
- III. Teoria di Taylor;
- IV. Teoria di Mayo;
- V. Teoria di Blake e Mouton;
- VI. Processo di Leadership;
- VII. Teoria dell'organizzazione: Fayol, Gulick, Weber;
- VIII. Coinvolgimento del personale;
- IX. Gestione delle infrastrutture e della sicurezza;
- X. Gestione risorse e rischio clinico;
- XI. Processo di gestione del farmaco e rischio di errore;

BUSINESS & MANAGEMENT FARMACEUTICO

- I. La contabilità ed il controllo di gestione;
- II. Il conto economico;
- III. Esercitazioni sul conto economico;
- IV. Lo stato patrimoniale;
- V. Esercitazioni sullo stato patrimoniale;
- VI. Key Concept;

FINANZA E CONTROLLO IN AMBITO FARMACEUTICO

- I. Aspetti economici e aspetti finanziari;
- II. Equilibrio economico e finanziario;
- III. Controllo di gestione e pianificazione strategica;
- IV. Classificazione dei costi aziendali: costi diretti ed indiretti;
- V. Esempi di attribuzione di costi;
- VI. Make or Buy;
- VII. Direct Costing e Full Costing;
- VIII. Centri di costo;
- IX. Direct Costing evoluto;

10 – AFFARI REGOLATORI

- I. Introduzione: i prodotti della salute
- II. Gli affari regolatori: gli enti regolatori
- III. I prodotti farmaceutici – (d.lvo 219/06 e ...)
- IV. I dispositivi medici
- V. I cosmetici
- VI. Prodotti destinati ad una alimentazione particolare
- VII. Le tariffe rese per il ministero e l'aifa (autorizzazioni, aici, notifiche ecc.)