



ALMA LABORIS

Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa



**EDIZIONE NOVEMBRE 2010
ROMA - MILANO- VENEZIA - NAPOLI**

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 (strategie ed operative per il lancio dei prodotti)

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;



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

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 concerto, e dunque di immediata applicazione nel mondo del lavoro, viene apprezzata anche dalle Aziende: proprio per questo motivo, il Campus Stage di ALMA LABORIS® annovera 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.

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 (8 sabati e 2 domeniche non consecutive) 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 "Giurista d'Impresa".

L'inizio del Master è previsto per il mese di Novembre 2010 nelle sedi di Roma, Milano, Venezia e Napoli; le lezioni si svolgeranno dalle ore 9:30 alle 18:30 secondo il seguente calendario:

SEDE	CALENDARIO DELLE LEZIONI NOVEMBRE 2010			
ROMA	NOVEMBRE : 6,7,13,27	DICEMBRE : 4,11,12	GENNAIO :8,22,29	verifica: 19/02/2011
MILANO	NOVEMBRE : 13,14, 27	DICEMBRE : 4,11,12	GENNAIO :8,15, 22,29	verifica: 19/02/2011
VENEZIA	NOVEMBRE : 13,14, 27	DICEMBRE : 4,11,12	GENNAIO :8,15, 22,29	verifica: 19/02/2011
NAPOLI	NOVEMBRE : 6,7,13,27	DICEMBRE : 4,11,12	GENNAIO :8,22,29	verifica: 19/02/2011

2) PROJECT WORK E VERIFICA FINALE – 3 Settimane – 120 Ore

A seguito dell'ultima lezione del Master, viene comunicato a tutti i partecipanti il tema del **Project Work**, relativo ad una materia trattata nel Master ovvero ad una di più ampia portata generale, da sviluppare secondo le competenze acquisite da ciascun partecipante.

Per lo svolgimento del Project Work è attribuito un periodo di tre settimane, durante le quali il Partecipante elaborerà la tesina finale, da presentare e consegnare poi in forma cartacea nella giornata di chiusura del Master.

La complessità del lavoro richiede, di regola, un'applicazione continua di 5 giorni alla settimana, per 8 ore di impegno giornaliero (**120 ore in totale**), fermo restando che, ovviamente, ciascun partecipante potrà realizzare il Project Work secondo la propria disponibilità temporale in quanto **non verrà svolto con frequenza in aula ma in piena autonomia**.

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 30 gg. dalla fine del Master ad inviare al Partecipante 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: in tale giornata, avrà luogo la VERIFICA FINALE, attraverso la somministrazione di test a carattere tecnico, volti a valutare le competenze generali acquisite dal Partecipante nel corso delle attività d'aula.

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 Partecipanti 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:

L'ORIENTAMENTO è il complesso delle azioni che supportano l'individuo nella scelta consapevole del proprio particolare percorso di vita professionale, coerente con le proprie attitudini e aspirazioni, che tenga conto delle competenze maturate durante le esperienze scolastiche e formative precedenti e della prospettiva di una collocazione soddisfacente nel mondo del lavoro.

Al riguardo, **ALMA LABORIS®** attiva un complesso percorso di "ORIENTAMENTO", volto a delineare, insieme al Partecipante, la cosiddetta "**mappa delle opportunità**", che permette di evidenziare 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” il profilo del Partecipante in maniera tale da suscitare l'interesse del mondo aziendale, con una accurata disamina dei punti di forza e delle reali potenzialità del Partecipante stesso, per giungere alla definizione di una griglia di contatti aziendali cui proporre la propria candidatura oppure l'individuazione di un'inclinazione al lavoro autonomo, consulenziale o imprenditoriale ed è strutturato nelle seguenti fasi:

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, Ricostruzione del Profilo, Redazione del Curriculum Vitae e della lettera di presentazione;

Sulla base di quanto emerso dai Test, viene poi effettuato un colloquio individuale in cui si provvede a delineare l'area di spendibilità del Partecipante, sulla base delle figure professionali maggiormente richieste dal mondo del lavoro; 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.

3) Indicazioni di Contatti Aziendali;

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

4) Attività di promozione del Curriculum Vitae e monitoraggio delle opportunità;

In ogni caso, l'Ufficio Risorse Umane di **ALMA LABORIS®** ha cura di promuovere il profilo del Partecipante alle Aziende Partners che sovente richiedono all'Organismo figure manageriali per un inserimento di più alto livello, unitamente al continuo monitoraggio delle opportunità che possono riguardare il Partecipante

Tale supporto viene proposto, gratuitamente, a quanti ne facciano espressa richiesta in sede di selezione, oltre che 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)

STAGE: 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®

					
					
					

				
---	---	--	--	--

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 a risposta multipla.**

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 D'ISCRIZIONE E TEMPISTICA DI PAGAMENTO:

- ❖ Fase d'aula: : € 2.000, 00 oltre IVA 20% (totale € 2.400.00)
(anche per dipendenti di Società, Enti e Aziende)
- ❖ Fase d'aula e successivo stage : € 2.500,00 oltre IVA 20% (totale € 3.000.00)

Acconto 10%:	contestualmente all'iscrizione
Saldo: I^rata	Entro il 31 Ottobre 2010;
Saldo: II^rata	Entro l'11 Dicembre 2010;

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,



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

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" - DIREZIONE
Dr. Gianni Frego	DIR. MARKETING OTC/SOP
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" – RESPONSABILE QUALITY E SUPPLY CHAIN;
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 UNICREDIT
Dr. Flavio Stella	DIRETTORE ALMA LABORIS

TITOLI RILASCIATI:

Al termine del Master "Giurista d'Impresa" 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

PROGRAMMA DIDATTICO DEL MASTER

MANAGEMENT FARMACEUTICO

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

2 – MARKETING FARMACEUTICO 1ª PARTE

- 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;
- XII. Allegati:
 - a. Ipotesi piano di media;
 - b. Media spending competitors;
 - c. Piano media pre-post on air;

Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

3 - MARKETING FARMACEUTICO 2^{PARTE}

- 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. Bran Positioning;
- VIII. Promozione e Comunicazione;
- IX. Creative Brief;
- X. Esempi di pubblicità stampa;
- XI. Media Plan;
- XII. Trade Marketing e Fact Book;
- XIII. Esercitazione;

4 - MARKETING FARMACEUTICO 3^{PARTE}

- 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;
- 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;

7 – GESTIONE RISORSE UMANE NELL'AZIENDA FARMACEUTICA

- I. Teoria della motivazione;
- II. Concetto di organizzazione delle risorse umane;
- III. Teoria di Taylor;
- IV. Teoria di Mayo;



Alta Formazione Manageriale e Sviluppo d'Impresa

- 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;

8 – CONTROLLO DI GESTIONE IN AMBITO FARMACEUTICO 1ª parte

- 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;

9 – CONTROLLO DI GESTIONE IN AMBITO FARMACEUTICO 2ª parte

- 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. Il sistema reach
- VII. Prodotti destinanti ad una alimentazione particolare
- VIII. Le tariffe rese per il ministero e l'aifa (autorizzazioni, aici, notifiche ecc.)
- IX. Glossario