

Archivio

CORRIERE DELLA SERA*it*

IN AULA A FEBBRAIO E MARZO PARTONO I CORSI DEGLI ATENEI DI PAVIA E PISA. LE ALTRE INIZIATIVE IN ITALIA E ALL' ESTERO

Marketing della salute, master al via

Dove si diventa esperti in comunicazione sanitaria e farmaceutica. Lezioni sull' argomento anche a Milano, Venezia e Salerno. E la Scuola Sant' Anna, in partnership con la Regione Toscana, punta molto sugli stage

Vendere un prodotto per tutelare la salute delle persone, facendole sopravvivere più a lungo e con la migliore qualità di vita possibile. Il marketing della salute punta in alto: non si tratta di saper comunicare un qualunque servizio o prodotto industriale, il manager ha a che fare con un bene etico, prima che di consumo. Vanno quindi considerate tante variabili specifiche. «Il processo di vendita è più complesso, perché può avere conseguenze serie, compromettendo la salute del paziente e perché, in generale, i consumatori sono ben informati» conferma Punam Anand Keller, esperta di comunicazione sanitaria e docente alla Tuck Business School. Per questo scopo, sono stati istituiti numerosi percorsi di approfondimento che mirano ad integrare le competenze tecniche di medici, chimici e farmacisti con strumenti cognitivi tipicamente economico-gestionali. Le competenze - Chi aspira a diventare un esperto in questa disciplina impara a individuare le ultime tendenze del mercato, la presenza di nuovi prodotti, la migliore confezione per commercializzare efficacemente il proprio farmaco, ma non solo. E' in grado, ad esempio, di monitorare gli effetti di una campagna di comunicazione e di costruire partnership con altre aziende. Con avvio a febbraio 2008, il master per laureati specialistici in «Marketing management nel settore farmaceutico» dell' Università di Pavia vanta brillanti risultati relativamente alla facilità con cui gli iscritti riescono a trovare immediata occupazione ed è rivolto anche agli studenti di economia. Per i soli frequentanti della facoltà di Farmacia di Pisa, ripartirà a marzo il corso in «Farmacoeconomia e marketing farmaceutico», giunto alla terza edizione. Nei sei mesi di lezione, sarà dato particolare rilievo alla dimensione più strategica di analisi e programmazione (come il prelanco di un nuovo farmaco). Ha compiuto il tredicesimo compleanno il «Master in Management & Marketing Farmaceutico» dell' Istituto Alma Laboris di Salerno (con sedi anche a Roma, Milano e Palermo) e sarà avviato il 19 aprile 2008. Suddiviso in tre fasi, prevede 2 mesi di aula, 80 ore per sviluppare e analizzare in autonomia un argomento a scelta (da discutere successivamente nella seduta di fine corso) e 4 mesi di stage. Focus sulle farmacie - Di taglio specifico la duegiorni della Sda Bocconi in «Marketing management della farmacia». La conduzione di questo particolare esercizio commerciale, infatti, richiede l' acquisizione di nuove nozioni coerenti con i cambiamenti del sistema competitivo: si affronta, ad esempio, il problema del customer care o ancora il merchandising dei titolari e dei loro collaboratori. Più orientato agli aspetti manageriali del mercato farmaceutico, anche se con un occhio alla comunicazione, si segnala il master annuale di 2° livello «E.Ma.S.-Economia e management della sanità» organizzato dalla Ca' Foscari di Venezia (col patrocinio della Regione Veneto), che beneficia del patrimonio di conoscenze consolidate all' interno dell' università in materia di health economics, management and accounting. Per raggiungere un' expertise a tutto tondo, non va dimenticato il «Master M.e.S.», nato grazie alla partnership fra Scuola Sant' Anna e Regione Toscana. Anch' esso di secondo livello e altamente personalizzabile, dura 13 mesi e dà una forte rilevanza allo stage. «In ambito privato molti dirigenti sono consapevoli dell' importanza di ottimizzare la gestione dei costi - aggiunge la professoressa Keller -; credo che per migliorare l' organizzazione del personale, le società necessitino soprattutto di responsabili delle risorse umane con plurime competenze sanitarie e di marketing». Con uno sguardo all' estero, il laboratorio di ricerche parigino Chair Santé-Essec, in collaborazione con diverse multinazionali, organizza un corso part-time in «Stratégie et management des industries de santé», con il patnerariato della facoltà di Farmacia «Parigi V». Infine, la statunitense Tuck propone alcuni double degree fra cui l' Mba-Md, organizzato all' interno della Dartmouth Medical School, per formare dirigenti da inserire nell' industria delle biotecnologie e dei prodotti medicali. «Il doppio diploma è ideale perché offre un solido mix fra capacità di coordinamento, pianificazione e nozioni mediche. Dà inoltre molto spazio allo sviluppo della leadership ed al lavoro di gruppo. Gli studenti apprendono così le strategie di business più attuali, applicate ai recenti modelli di sviluppo delle imprese di successo» specifica il direttore Donald Conway.

Giampietro Donatella

Pagina 49

(21 dicembre 2007) - Corriere della Sera

Ogni diritto di legge sulle informazioni fornite da RCS attraverso la sezione archivi, spetta in via esclusiva a RCS e sono pertanto vietate la rivendita e la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi modalità e forma, dei dati reperibili attraverso questo Servizio. È altresì vietata ogni forma di riutilizzo e riproduzione dei marchi e/o di ogni altro segno distintivo di titolarità di RCS. Chi intendesse utilizzare il Servizio deve limitarsi a farlo per esigenze personali e/o interne alla propria organizzazione.