



## SEDI

Campus Economico-Giuridico, via dei Caniana, 2 - Bergamo  
Kilometro Rosso, via Stezzano, 87 - Bergamo

## FREQUENZA

Obbligatoria. Ammesse assenze fino al 25% del monte ore d'aula. Il Direttore del corso si riserva di ammettere un valore superiore di assenze, previa valutazione delle assenze giustificate.

## CALENDARIO

La durata del corso è di 174 ore così suddivise:

- 120 ore di formazione in aula
- 50 ore di project work
- 4 ore di esame finale

In base al numero di partecipanti, il corso potrà essere erogato all'interno del Master *Il farmacista e i prodotti omeopatici: strategie di marketing*.

## TASSA D'ISCRIZIONE

1.250,00 euro

## DURATA

- Avvio corso: 23 MARZO 2018
- Termine corso: SETTEMBRE 2019

## INFORMAZIONI DIDATTICHE

mauro.cavallone@unibg.it

## INFORMAZIONI AMMINISTRATIVE

E-mail: master@unibg.it - Tel. +39 035 2052872 - Fax + 39 035 2052600



**SdM School of Management**  
master@unibg.it  
Tel. +39 035 2052872  
Fax +39 035 2052600  
www.sdm.unibg.it

SdM School of Management  
Career development areas

- g** SERVIZI GIURIDICO LEGALI
- m** MANAGEMENT D'IMPRESA
- S** SANITÀ E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
- u** PROFESSIONI UMANISTICHE E SOCIALI

**LA GESTIONE DELLA FARMACIA ORIENTATA AL MERCATO CHE CAMBIA: MARKETING, COMUNICAZIONE E ASPETTI ECONOMICO-GIURIDICI II EDIZIONE**

Corso di perfezionamento



L'Università degli Studi di Bergamo ha implementato un sistema di gestione per la qualità in conformità alla norma UNI EN ISO 9001:2008 nell'ambito della progettazione ed erogazione di azioni formative e di orientamento. Registrazione n. 1215902.



Direttore  
Mauro Cavallone



## Corso di perfezionamento

# LA GESTIONE DELLA FARMACIA ORIENTATA AL MERCATO CHE CAMBIA: MARKETING, COMUNICAZIONE E ASPETTI ECONOMICO-GIURIDICI

## OBIETTIVI FORMATIVI

Il settore della farmacia sta attraversando un momento molto delicato: l'avvento delle parafarmacie (legge Bersani), il nuovo decreto del 20/02/2015 (legge Renzi) sulla liberalizzazione dell'apertura di nuove farmacie e la scadenza dei brevetti su diversi farmaci da banco (otc), fanno sì che i titolari si debbano confrontare con modalità operative che vanno oltre le specifiche competenze di farmaci e trattamenti.

L'obiettivo di questo Corso di Perfezionamento è fornire ai farmacisti gli elementi di marketing strategico, operativo e valoriale, di gestione dei collaboratori, di comunicazione interpersonale, unitamente a quelli giuridici ed economico-finanziari, che permettano una gestione specifica delle risposte all'attuale scenario. Disporre di tali elementi gestionali permetterà ai farmacisti un'impostazione manageriale dell'attività corrente, perché direttamente traducibile nella pratica quotidiana.

## SBOCCHI PROFESSIONALI

I farmacisti, al termine del percorso formativo, possiederanno strumenti gestionali integrativi alle abilità apprese durante il loro percorso di studi e nella pratica quotidiana in farmacia. Saranno, in particolare, in grado di definire le attività di marketing sul territorio, sia per lo sviluppo della clientela sia per la fidelizzazione della stessa, utilizzando gli strumenti di comunicazione oggi a disposizione anche per le micro imprese.

## DESTINATARI

Laureati in Farmacia e CTF, titolari e non di farmacia, impiegati nell'industria farmaceutica. Requisiti di ammissione: laurea v.o., laurea magistrale n.o.

## PIANO DIDATTICO

INSEGNAMENTO	ORE
<b>AREA ECONOMICO - GIURIDICA</b>	
Aspetti giuridici e normativi	16
Gestione economico - finanziaria	12
Strategia e creazione del valore	12
<b>AREA MARKETING E COMUNICAZIONE</b>	
Marketing management delle farmacie	24
Marketing strategico	24
Gestione dei collaboratori	16
Comunicazione interpersonale	16
<b>TOT. ATTIVITÀ DIDATTICA FRONTALE</b>	<b>120</b>
<b>PROJECT WORK</b>	<b>50</b>
<b>ESAME FINALE</b>	<b>4</b>
<b>AMMONTARE COMPLESSIVO DEL CORSO</b>	<b>174</b>