



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

All. E al bando di ammissione

pubblicato in data 15/10/2015

ART. 1 - TIPOLOGIA

L'Università degli studi di Pavia attiva, per l'a.a. 2015/2016, presso il Dipartimento di Scienze del Farmaco – Sezione di Farmacologia, il Master Universitario di II livello in “**Marketing Management nel Settore Farmaceutico**”.

EDIZIONE: XI

ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO E SBocchi PROFESSIONALI

Il Master di II livello in “ *Master in Marketing Management nel Settore Farmaceutico*” intende rispondere alla domanda di figure professionali esperte nell'analisi e nella valutazione quantitativa di problematiche di questo specifico settore del marketing da parte delle aziende farmaceutiche, delle agenzie specializzate in comunicazione in ambito sanitario e farmaceutico e dei servizi outsourcing di pianificazione del marketing farmaceutico.

Il Master forma figure professionali in grado di operare con funzioni di coordinamento o di consulenza presso aziende industriali, commerciali e società di consulenza o fornitrici di servizi nei campi:

- settore marketing and sales dell'industria farmaceutica
- servizi outsourcing di pianificazione marketing farmaceutico
- agenzie specializzate in comunicazione in ambito sanitario e farmaceutico
- settore studi di mercato in campo farmaceutico
- settore medical department
- settore business development/licensing delle aziende
- settore del market access

ART. 3 - ORDINAMENTO DIDATTICO

Il Master è di durata annuale e prevede un monte ore di 1500, articolato in: didattica frontale, seminari, esercitazioni pratiche-stage o visite presso strutture industriali, strutture pubbliche del settore farmaceutico e/o altre università italiane od estere, visite presso enti specializzati e aziende di servizi di outsourcing per l'industria farmaceutica, seminari, attività di studio e preparazione individuale.

All'insieme delle attività formative previste corrisponde l'acquisizione da parte degli iscritti di 60 crediti formativi universitari (CFU).

La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività formative è obbligatoria per almeno il 75% del monte ore complessivamente previsto.

Il periodo di formazione non può essere sospeso.

Non sono ammessi trasferimenti in Master analoghi presso altre sedi universitarie.

Le lezioni si terranno presso le aule della nuova Residenza Biomedica del Collegio S. Caterina di Pavia: <http://www.collegiosantacaterina.it/it/residenza-universitaria-biomedica>



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

I Moduli di insegnamento sono così organizzati:

Titolo (SSD)*	Contenuti	Ore didattica frontale	Ore esercitazioni/laboratorio	Ore studio individuale	Totale ore	C. F.U.
1) Struttura Aziendale SECS-P/07 SECS-P/10	Organizzazione aziendale, amministrazione e finanza aziendale <i>Budgeting</i> e controllo di gestione, sistemi di controllo di qualità	24	8	43	75	3
2) Mercato Farmaceutico I CHIM/10	Aziende farmaceutiche (dalla R&S alle vendite), prodotti farmaceutici (Rx to OTC, generici, biotech, presidi, integratori, fitofarmaci),	16		34	50	2
3) Mercato Farmaceutico II	Struttura del mercato (grossisti, farmacie, ospedali, ASL, parallel trading), attori del mercato (medici, farmacisti, pazienti, associazioni, ecc.).	16		34	50	2
4) Il farmaco nel Sistema Sanitario Nazionale I BIO/14	Il SSN italiano ed i diversi sistemi sanitari europei, Devolution e Regione, Agenzia del Farmaco, registrazione e prezzi	16		34	50	2
5) Il farmaco nel Sistema Sanitario Nazionale II SECS-P/10 CHIM/10	Farmacoeconomia, promozione e pubblicità, etica comportamentale	16		34	50	2
6) Marketing Farmaceutico I SECS-P/08	Base di MKT, Piano Marketing e finanziario del prodotto. Ricerche quali-quantitative	24	8	43	75	3
7) Marketing Farmaceutico II SPS-08	MKT e comunicazione (incluso Brief agenzia). Indicatori mercato (Nielsen, IMS o OSMED). Ricerche quali-quantitative e ad hoc nel settore farmaceutico. strategie medico-marketing. Piano Marketing e finanziario del prodotto farmaceutico (Rx e OTC). Market access. Ruolo del product Manager. Medical education. Media relation, elementi di crisis management. L'IT nella comunicazione: e-marketing. Promozione, informazione e CRM	56	16	103	175	7



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

8) Marketing Farmaceutico III	Strategia registrativi (prezzi e rimborso), strategia pre-lancio nuovo prodotto e lancio, strategia rilancio prodotto maturo, <i>Switch RX</i> to OTC, marketing prodotto generico	32	16	52	100	4
9) Marketing Farmaceutico IV	Comunicazione Business to Consumer (per prodotti Rx, OTC e integratori), cause related marketing, comarketing e copromotion, ottimizzazione del portafoglio prodotti-licensing, Forecasting, ciclo di vita del prodotto	32	16	52	100	4
10) Competenze Personali	Comunicazione e negoziazione, gestione risorse umane, lavoro di gruppo, ottimizzazione della propria <i>employability</i>	16	8	26	50	2
Tirocinio-Stage	Attività di lavoro individuale presso una delle aziende convenzionate.		450	175	625	25
Prova finale	Stesura di una relazione su argomento concordato tra Collegio dei docenti e referente aziendale anche in funzione dell'attività di tirocinio del candidato		50	50	100	4
Totale		248	572	680	1500	60

ART. 4 – VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

La valutazione dell'apprendimento sarà effettuata mediante test scritto a risposta multipla sui contenuti dei moduli.

Al termine delle lezioni frontali, gli studenti dovranno:

- sostenere una prova scritta finale
- superare un esame finale consistente nella discussione di una tesi. La tesi sarà elaborata sotto la guida di un tutor aziendale e riguarderà il progetto individuale di stage orientato al Marketing Farmaceutico e svolto presso Industrie farmaceutiche, agenzie di editoria o di servizi convenzionate. Eventuali nuove convenzioni proposte dai candidati, potranno essere opportunamente valutate dal collegio docenti del master.

ART. 5 – CONSEGUIMENTO DEL TITOLO

A conclusione del Master, ai partecipanti che abbiano svolto tutte le attività ed ottemperato agli obblighi previsti e previo il superamento dell'esame finale, verrà rilasciato il Diploma di Master Universitario di II livello in **"Marketing Management nel Settore Farmaceutico"**.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

ART. 6 - DOCENTI

Gli insegnamenti del Master Universitario saranno tenuti da Docenti dell'Università degli Studi di Pavia nonché da esperti esterni altamente qualificati.

ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE

Il Master è rivolto a chi abbia conseguito il:

1. diploma di laurea specialistica/magistrale ai sensi dei D.M. n. 509/1999 e D.M. 270/2004, in una delle seguenti classi:

- Farmacia e Farmacia Industriale (14/S, LM -13) (Corsi di laurea in Farmacia e Chimica e Tecnologie Farmaceutiche)
- Scienze Chimiche (62/S, LM -54)
- Medicina e Chirurgia (46S, LM - 41)
- Medicina Veterinaria (47/S, LM-42)
- Biologia (6S, LM - 6)
- Biotecnologie Mediche, Veterinarie e Farmaceutiche (9S, LM – 9)
- Biotecnologie industriali (8/S, LM-8)
- Scienze dell'economia (64S, LM – 56, 84S, LM-77) (corso di laurea in Economia e Commercio)

2. diploma di laurea secondo il previgente ordinamento in:

- Chimica e Tecnologia Farmaceutiche
- Farmacia
- Chimica
- Biologia
- Economia

L'equipollenza di altri titoli di studio è valutata dal Collegio dei docenti ai fini dell'ammissione.

- Il numero massimo degli iscritti è pari a **14**
- Il numero minimo per attivare il corso è di n° **10** iscritti.

Il Collegio docenti potrà valutare se sussistano le condizioni per ampliare il suddetto numero di posti. Nel caso in cui il numero di aspiranti sia superiore a quello massimo previsto verrà effettuata, da parte di una Commissione composta dal Coordinatore e dai almeno due docenti del Master, una selezione e formulata una graduatoria di merito sulla base dei seguenti criteri di valutazione e di un punteggio in centesimi così determinato:

1. fino a un massimo di **25** punti per il voto di laurea come di seguito ripartito:

▪ Voti fino a 90/110	5 punti
▪ Voto da 91 a 100/110	10 punti
▪ Voto da 101 a 104/110	15 punti
▪ Voto da 105 a 110/110	20 punti
▪ Voto di 110 e lode	25 punti
2. fino a un massimo di **25** punti per le pubblicazioni ed ogni altro titolo pertinente:
 - 5 punti per ogni pubblicazione o titolo pertinente
3. fino a un massimo di **25** punti per precedenti esperienze di lavoro nel settore farmaceutico
 - 25 punti per esperienza superiore ai 3 anni
 - 2 punti per ogni trimestre di attività di lavoro fino ai 3 anni
4. fino a un massimo di **25** punti per il colloquio tendente a valutare la cultura in ambito



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

farmaceutico, le motivazioni e l'attitudine al lavoro nel settore del marketing farmaceutico, la conoscenza della lingua inglese. Il colloquio si intende superato con un punteggio minimo di 18 punti.

In caso di selezione si avvisano i candidati che dovranno consegnare in sede di colloquio i seguenti documenti:

- lettera motivazionale, specificando excursus formativo, aspettative e obiettivi futuri
- CV aggiornato con fotografia

In caso di ex aequo all'ultimo posto disponibile in graduatoria sarà ammesso il candidato più giovane d'età. In caso di rinuncia di uno o più candidati, i posti resisi disponibili saranno messi a disposizione dei candidati che compaiono nella graduatoria finale, fino ad esaurimento dei posti stessi, secondo la graduatoria di merito.

ART. 8 - TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE DI AMMISSIONE

I candidati devono inviare la domanda di ammissione secondo le modalità stabilite dal bando a decorrere **dal 15 ottobre 2015 ed entro il termine del 20 Novembre 2015**

ART. 9 - ALLEGATI ALLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE

I candidati devono allegare alla domanda di partecipazione al master la dichiarazione¹ sostitutiva di certificazione/dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà relativa a quei requisiti richiesti per l'ammissione e per l'eventuale selezione, che non possono essere dichiarati nella procedura on-line e, nello specifico:

- pubblicazioni ed ogni altro titolo pertinente
- esperienze lavorative certificate nel settore farmaceutico

I requisiti richiesti dal bando devono essere posseduti entro il termine previsto per la presentazione della domanda di ammissione.

ART. 10 – TASSE E CONTRIBUTI

Immatricolazione:

L'iscritto al Master dovrà versare per l'a.a. **2015/2016** la somma di **€ 4.500** comprensiva di: **€ 16,00** (imposta di bollo), **€ 4,51** (quota per Assicurazione integrativa infortuni), **€ 134,00** ("Rimborso spese per servizi agli studenti"), **€ 2,00** ("Fondo cooperazione e conoscenza").

Tale importo si versa in un'unica rata all'atto dell'immatricolazione.

Qualora Enti o Soggetti esterni nazionali o internazionali, contribuiscano al funzionamento del master mediante l'erogazione di borse di studio finalizzate all'iscrizione di candidati oppure alla frequenza del tirocinio, ne verrà data pubblicizzazione sul sito della Segreteria Organizzativa (<http://www.mamaf.it/>) e le stesse saranno assegnate ex-post sulla base dei criteri di valutazione/selezione stabiliti agli articoli 4 e 7.

Prova finale:

Per essere ammessi alla prova finale i candidati devono presentare apposita domanda di ammissione in marca da bollo da € 16,00 ed effettuare il versamento di € 97,00² (di cui € 16,00 quale imposta di bollo sulla pergamena assolta in modo virtuale) quale contributo per il rilascio della pergamena

¹ la modulistica è scaricabile dal sito web <http://www.unipv.eu/on-line/Home/Didattica/Post-laurea/Master/MasterIlivello.html>

² Il pagamento va effettuato tramite MAV seguendo la medesima procedura descritta per il versamento del contributo di ammissione. Si fa presente che l'importo potrebbe essere aggiornato con delibera del Consiglio di Amministrazione in data successiva alla pubblicazione del presente bando.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

ART. 11 – SITO WEB DELLA SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DI CUI ALL'ART. 8 DEL BANDO DI AMMISSIONE

Qualsiasi comunicazione ai candidati verrà resa nota mediante pubblicazione al seguente sito web della Segreteria Organizzativa: <http://www.mamaf.it/>

Per informazioni relative all'organizzazione del corso:

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Università degli Studi di Pavia

Dipartimento di Scienze del Farmaco

Via Taramelli 14, 27100 Pavia

Prof. Giorgio L. Colombo, Sig.ra Ersilia Miglioli, Dott. Giacomo M. Bruno

Tel +390248519230 – Fax +390273960369 – E-mail: segreteria@mamaf.it

MS/EA/CG/db