



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

**Allegato I al Bando di Ammissione**

**pubblicato il 15/09/2017**

ART. 1 - TIPOLOGIA .....	1
ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO E SBocchi PROFESSIONALI .....	1
ART. 3 - ORDINAMENTO DIDATTICO .....	1
ART. 4 - VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO .....	3
ART. 5 - CONSEGUIMENTO DEL TITOLO .....	3
ART. 6 - DOCENTI .....	3
ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE .....	3
ART. 8 - TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE DI AMMISSIONE .....	5
ART. 9 - ALLEGATI ALLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE .....	5
ART. 10 - TASSE E CONTRIBUTI.....	5
ART. 11 - SITO WEB DELLA SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DI CUI ALL'ART. 8 DEL BANDO DI AMMISSIONE .....	6
DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE .....	7

## **ART. 1 - TIPOLOGIA**

L'Università degli Studi di Pavia attiva, il Master Universitario di II livello in "**Marketing Management nel Settore Farmaceutico**", presso il Dipartimento di Scienze del Farmaco – Sezione di Farmacologia.

**Edizione:** XIII

**Area di afferenza:** Economica, Medica

## **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 farmacoeconomico
- 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 lezioni presso enti specializzati e aziende di servizi di outsourcing per l'industria farmaceutica, attività di studio e preparazione individuale, attività di counseling, Soft Skill & Career Coaching.

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

E' infine previsto un tirocinio curriculare obbligatorio di sei mesi presso una delle aziende partner del master a seconda delle disponibilità/richieste del mercato.



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

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.

I Moduli di insegnamento sono così organizzati:

Titolo (SSD)	Contenuti	Didattica frontale	Esercitazioni/ lab	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	9	42	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	9	42	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	21	98	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 to OTC</i> , marketing prodotto generico	32	12	56	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	12	56	100	4
10) Competenze Personali	Comunicazione e negoziazione, gestione risorse umane, lavoro di gruppo, ottimizzazione della propria <i>employability</i>	16	6	28	50	2
Totale parziale ore/CFU		248	69	458	775	31
Tirocinio-Stage	Attività di lavoro individuale presso una delle aziende convenzionate.				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				100	4
<b>Totale</b>					1500	60

## ART. 4 – VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

Al termine del master gli studenti sono tenuti a sostenere una prova scritta finale. La valutazione terrà conto anche di altri elementi tra cui la valutazione degli stage e dell'elaborato di tesi finale consistente nella stesura di una tesi relativa al proprio progetto di lavoro personale, orientato al Marketing Farmaceutico e svolto presso Industrie farmaceutiche, agenzie di editoria o di servizi convenzionate, che verrà discussa sotto forma di poster o di oral speech a seconda della valutazione che verrà data dal collegio docenti. Eventuali verifiche di profitto e la prova finale non danno luogo a votazione.

## ART. 5 - CONSEGUIMENTO DEL TITOLO

A conclusione del Master, ai partecipanti che abbiano svolto tutte le attività ed ottemperato agli obblighi previsti, previo il superamento dell'esame finale di cui all'art. 4 verrà rilasciato il Diploma di Master Universitario di **II livello** in **"Marketing Management nel Settore Farmaceutico"**

## ART. 6 - DOCENTI

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

## ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE

Il Master è rivolto a chi abbia conseguito il:



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

**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)
- Comunicazione Professionale e Multimedialità (LM-19)
- Scienze dell'economia (64S, LM-56, 84S, LM-77,)
- Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (LM-59, 67/S e 59/S)

**2. diploma di laurea secondo il previgente ordinamento in:**

- Chimica e Tecnologia Farmaceutiche
- Farmacia
- Chimica
- Medicina e chirurgia
- Medicina veterinaria
- Relazioni pubbliche
- Scienze della comunicazione
- Scienze Biologiche
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie farmaceutiche
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie veterinarie
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie mediche
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie industriali
- Scienze economiche, statistiche e sociali
- Scienze Politiche
- Discipline economiche e sociali
- Economia ambientale
- Economia del commercio internazionale e dei mercati valutari
- Economia del turismo
- Economia delle amministrazioni pubbliche e delle istituzioni internazionali
- Economia delle istituzioni e dei mercati finanziari
- Economia e commercio
- Economia industriale
- Economia politica
- Economia aziendale
- Economia bancaria
- Economia bancaria, finanziaria e assicurativa

Il numero massimo degli iscritti è pari a 20

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 contingente di posti.

**Verrà effettuata, da parte di una Commissione composta dal Coordinatore e da due docenti del Master, una selezione di tutti i candidati in possesso dei requisiti di ammissione.**

Sarà quindi formulata una graduatoria di merito sulla base dei seguenti criteri di valutazione e di un punteggio in centesimi così determinato.

La graduatoria verrà utilizzata anche in caso di superamento di numero massimo:





# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Qualità della Didattica e Servizi agli Studenti

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 € 100,00<sup>1</sup> (di cui € 16,00 quale imposta di bollo sulla pergamena assolta in modo virtuale) quale contributo per il rilascio della pergamena.

## **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 <http://www.mamaf.it>

### **Per informazioni relative all'organizzazione del corso e alla Didattica:**

#### **SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DEL MASTER**

S.A.V.E Studi Analisi Valutazioni Economiche:

Coordinatore scientifico: Prof. Giorgio L. Colombo

Segreteria scientifica: Dr. Giacomo M. Bruno

Segreteria didattica: Sig.ra Ersilia Miglioli

Email: [segreteria@mamaf.it](mailto:segreteria@mamaf.it)

---

<sup>1</sup> <sup>1</sup> 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.

