

## LA GESTIONE DELLA FARMACIA, DALLA VENDITA DI MEDICINALI AD EROGATORI DI PRESTAZIONI SANITARIE

### AREA - COMMERCIO E MARKETING

**ID Evento:** 30249

**Codice Int.:** 57/2011

#### **Descrizione dell'evento:**

Il processo di riforma del SSN, ha obbligato l'"azienda Farmacia" a confrontarsi con un diverso ruolo nel SSN, con le specificità delle professionalità e con nuove logiche di gestione e di "erogazione" di prestazioni in rete con il SSN .

Nello specifico, attraverso il Dlgs n 153/09 il Sistema Farmacia, può erogare nuovi servizi in rete e nell'ambito del Servizio sanitario nazionale tramite la:

- \* partecipazione al servizio di Assistenza Domiciliare Integrata a favore dei soggetti residenti nella sede di pertinenza della singola farmacia, a supporto delle attività del medico di medicina generale
- \* collaborazione a iniziative finalizzate a garantire il corretto utilizzo dei farmaci e il loro monitoraggio
- \* la partecipazione delle farmacie a programmi di educazione sanitaria e prevenzione
- \* l'effettuazione in farmacia di autoanalisi di prima istanza per lo screening di patologie molto diffuse
- \* la prenotazione di visite specialistiche (anche con pagamento ticket e ritiro referto in farmacia)

Il lavoro vuole introdurre una prima analisi sulle implicazioni gestionali, organizzative e di immagine dell'azienda farmacia quale attore rinnovato del SSN.

#### **Destinatari:**

Farmacisti

#### **Obiettivi didattici:**

1. Introdurre agli aspetti normativi che hanno riformato lo scenario
2. Analizzare le implicazioni gestionali ed organizzative dell'azienda farmacia quale attore del SSN
3. Approfondire il ruolo del Nuovo Farmacista da provider di prodotti a provider di servizi
4. Analizzare il nuovo approccio al cliente non più solo consumatore di prodotti ma soprattutto acquirente di servizi farmaceutici

#### **Contenuti/Programma:**

LA GESTIONE DELLA FARMACIA MODERNA

Evoluzione dello scenario: gli interventi di liberalizzazione istituzionale, professionale e di mercato del Sistema Farmacia;

Il Nuovo rapporto con il SSN: aspetti normativi e Linee Guida

Il ruolo del Farmacista Manager e dei suoi collaboratori

LA GESTIONE DEI SERVIZI E LA FEDELIZZAZIONE DEI CLIENTI

Check up della farmacia e dei suoi strumenti operativi informatici e telematici

Strumenti innovativi di marketing in farmacia: verso la farmacia dei servizi.

Il cliente: da consumatore di prodotti ad acquirente di servizi farmaceutici

Orientamento al cliente: l'operatore marketing oriented piuttosto che l'azienda marketing oriented

#### **Frequenza – Certificazioni - Crediti:**

La frequenza minima obbligatoria per l'ammissione alle verifiche finale è **del 90% dell'intero percorso.**

La regolare frequenza da diritto a partecipare alle verifiche necessarie ad ottenere le specifiche certificazioni e l'attestazione dei crediti maturati. La partecipazione inferiore potrà essere certificata ai fini amministrativi.

**FORM&R®** P. IVA 03276330283 - CF 02451780262

info@former-division.it www.former-division.it tel. 049 947 08 47 fax 049 947 90 98



Formazione & Ricerca per crescere insieme

Gli attestati vengono inviati via mail o - se specificatamente richiesto e a fronte di contributo spese - a mezzo raccomandata.

Per il dettaglio dei crediti richiesti/concessi vedere il catalogo on line e/o calendario specifico .

**Corpo Docente:**

Il nostro ente si avvale di esperti/professionisti di settore con certificata e aggiornata esperienza nelle tematiche trattate.

**Sede-Date-Costi :**

Vedere la scheda/calendario del corso specifico