

Form&r Training *programma di aggiornamento professionale*

Titolo: IL MARKETING E LA COMUNICAZIONE PER LE STRUTTURE SANITARIE: PARTE PRIMA

Cod. Int. 811/2010

Cod. Ext.

Descrizione:

Il corso affronta le principali questioni riguardanti la comunicazione e il marketing nelle strutture sanitarie.

In base all'evoluzione della normativa nazionale e alle mutevoli caratteristiche del nostro sistema socioeconomico, i professionisti e gli operatori della sanità pubblica necessitano di una formazione specifica per saper gestire le complesse dinamiche che caratterizzano questi due fondamentali aspetti del sistema sanitario.

Tale esigenza risulta ancora più impellente anche in relazione alle dinamiche del sistema dei media, al rapporto con l'utenza e al formarsi della pubblica opinione. Il corso prepara il responsabile a gestire l'immagine dell'azienda nel rispetto delle regole "scritte e non scritte".

Destinatari:

Quantità a vario titolo, sono coinvolti nella promozione e nello sviluppo della immagine aziendale.

Titolo di studio richiesto: diploma di maturità e scuola superiore o titolo superiore.

Altri requisiti in ingresso:

E' richiesto l'uso corretto della lingua italiana parlata/scritta.

Conoscenza in ambito organizzativo aziendale delle problematiche collegate allo sviluppo dell'azienda.

Sono stati richiesti i crediti ECM.

Obiettivi:

ü Analizzare le caratteristiche della comunicazione con particolare attenzione ai rapporti istituzionali con i partner, i media e il cittadino;

ü Far conoscere gli elementi di base della comunicazione in Sanità;

ü Far acquisire le capacità di lettura dei rischi tipici dei diversi strumenti di promozione dell'immagine aziendale;

ü Far comprendere la logica dei media in rapporto ai temi della salute;

ü Potenziare le competenze tecnico professionali per la gestione dell'immagine e della promozione dell'azienda.

Contenuti/Programma:**Parte prima**

Gli strumenti di marketing più diffusi: immagine e comunicazione.

Il sistema di marketing nel servizio sanitario: le componenti del servizio e le leve promozionali

Efficacia dei mezzi di promozione in relazione alla tipicità del servizio offerto: rischi di una promozione troppo aggressiva.

La pubblicità comparativa.

Frequenza e Certificazioni:

Per l'accesso all'esame finale è obbligatoria una frequenza pari al 90% del monte ore complessivo del corso.

Al termine del corso a fronte del rispetto dell'obbligo di frequenza e del superamento esame verrà rilasciato:

- Attestato di frequenza con superamento esame
- - Attestato ECM per le figure professionali interessate
-

Partner dell'iniziativa sono C.I.P.A Confederazione Italiana Professionisti e Artisti Delegazione del Veneto e della Puglia A.N.C.P. Associazione Nazionale per la Crescita delle Professioni

Docenti: esperti/professionisti di settore