

	<i>italiano</i>	<i>inglese</i>
DENOMINAZIONE INSEGNAMENTO	COMUNICAZIONE IN AMBITO FARMACEUTICO-SANITARIO	PHARMACEUTICAL HEALTH COMMUNICATION
Modulo (se pertinente)		
Lingua Insegnamento	Italiano	Italian
Obiettivi formativi	Il corso integrato si propone di fornire allo studente le conoscenze teoriche e gli strumenti applicativi necessari per comprendere l'organizzazione, la gestione e i processi decisionali dell'impresa farmacia, nonché per gestire efficacemente i processi comunicativi, sia in presenza sia online, nel contesto farmaceutico-sanitario. Particolare attenzione è dedicata ai processi di distribuzione e dispensazione del farmaco, alla gestione delle risorse, alle strategie aziendali e all'innovazione nel settore farmaceutico e sanitario, nonché alla relazione professionale con il paziente, con i caregiver, con gli altri professionisti della salute e con gli utenti dei servizi farmaceutici. Conoscenza e capacità di comprensione Al termine del corso integrato lo studente dovrà: • conoscere e comprendere i principali modelli teorici relativi all'impresa e all'organizzazione aziendale applicati al settore farmaceutico; • conoscere e comprendere le dinamiche competitive, le strategie aziendali e i principi di governance della farmacia e delle imprese del comparto sanitario; • conoscere e comprendere gli elementi fondamentali della gestione economico-finanziaria, dei processi operativi e dei modelli di innovazione nel contesto della farmacia e della distribuzione del farmaco;	The integrated course aims to provide students with the theoretical knowledge and practical tools required to understand the organization, management, and decision-making processes of pharmacy enterprises, as well as to manage communication processes effectively, both face-to-face and online, in pharmaceutical and healthcare settings. Particular attention is given to drug distribution and dispensing activities, resource management, business strategies, and innovation in the pharmaceutical and healthcare sectors, as well as to professional relationships with patients, caregivers, healthcare professionals, and users of pharmaceutical services. Knowledge and Understanding At the end of the integrated course, students will be able to: • know and understand the main theoretical models related to firms and business organization applied to the pharmaceutical sector; • know and understand competitive dynamics, business strategies, and governance principles concerning pharmacies and healthcare-related enterprises; • know and understand the fundamental principles of financial management, operational processes, and innovation models in the context of pharmacy practice and drug distribution;

- comprendere il ruolo della farmacia nell'ambito del sistema sanitario e delle attività di programmazione sanitaria;
- conoscere e comprendere i principali modelli, strumenti e tecniche della comunicazione interpersonale e digitale applicati all'ambito farmaceutico-sanitario;
- comprendere il ruolo della comunicazione nella costruzione della relazione professionale tra farmacista, paziente, caregiver e altri operatori sanitari;
- conoscere l'importanza dell'ascolto attivo, dell'empatia, della chiarezza comunicativa e della corretta gestione delle informazioni, anche attraverso i canali online;
- comprendere le principali criticità comunicative nei contesti sanitari, con particolare riferimento all'aderenza terapeutica, alla relazione fiduciaria e alla comunicazione digitale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Al termine del corso integrato lo studente sarà in grado di:

- applicare le conoscenze acquisite per analizzare l'organizzazione e il funzionamento di una farmacia e delle imprese operanti nel settore farmaceutico;
- valutare strategie competitive e gestionali in relazione ai differenti contesti di mercato e agli obiettivi aziendali;
- interpretare problematiche economiche, organizzative e finanziarie connesse alla gestione della farmacia e proporre possibili soluzioni operative;
- utilizzare strumenti di analisi e valutazione per supportare decisioni relative all'innovazione, all'efficienza dei processi e alla qualità dei servizi farmaceutici e sanitari;
- applicare tecniche comunicative adeguate per instaurare una relazione professionale efficace con il paziente e con gli altri interlocutori sanitari;

- understand the role of pharmacies within the healthcare system and in healthcare planning activities;
- know and understand the main models, tools, and techniques of interpersonal and digital communication applied to pharmaceutical and healthcare contexts;
- understand the role of communication in building professional relationships between pharmacists, patients, caregivers, and other healthcare professionals;
- understand the importance of active listening, empathy, clear communication, and proper information management, including through online channels;
- understand the main communication issues that may arise in healthcare settings, with particular reference to therapeutic adherence, trust-based relationships, and digital communication

Ability to Apply Knowledge and Understanding

At the end of the integrated course, students will be able to:

- apply the acquired knowledge to analyze the organization and functioning of pharmacies and companies operating in the pharmaceutical sector;
- evaluate competitive and managerial strategies in relation to different market contexts and business objectives;
- interpret economic, organizational, and financial issues related to pharmacy management and propose appropriate operational solutions;
- use analytical and evaluation tools to support decisions concerning innovation, process efficiency, and the quality of pharmaceutical and healthcare services;

	• trasmettere informazioni corrette sull'uso dei farmaci, sulla prevenzione e sulla promozione della salute, anche attraverso strumenti e canali digitali; • gestire situazioni comunicative complesse, inclusi i bisogni informativi, emotivi o relazionali del paziente; • adottare strategie comunicative, anche online, finalizzate a migliorare l'aderenza terapeutica, prevenire incomprensioni e rafforzare il ruolo professionale del farmacista.	• apply appropriate communication techniques to establish effective professional relationships with patients and other healthcare stakeholders; • convey accurate information on the correct use of medicines, prevention, and health promotion, including through digital tools and channels; • manage complex communication situations, including patients' informational, emotional, or relational needs; • adopt communication strategies, including online communication, aimed at improving therapeutic adherence, preventing misunderstandings, and strengthening the professional role of the pharmacist.
Metodi Didattici	Il metodo didattico adottato prevede, oltre alle lezioni tradizionali frontali e alle esercitazioni, la discussione in aula di casi e la presentazione di esperienze di comunicazione da parte di testimoni operanti nel settore farmaceutico-sanitario. Inoltre, il corso offre importanti momenti formativi caratterizzati da attività pro-attive; in particolare, è sollecitata la partecipazione attiva degli studenti alla discussione in aula di casi aziendali, nonché lo svolgimento di lavori di gruppo su casi studio e su temi attuali di comunicazione in ambito farmaceutico-sanitario da discutere in sessioni plenarie durante il corso. Il materiale didattico verrà caricato nel canale E-learning dell'insegnamento al quale gli studenti potranno accedere previa iscrizione. La frequenza è obbligatoria. Sono consentite assenze per non più del 50% delle ore complessivamente previste per ogni modulo del Corso Integrato. L'assolvimento dell'obbligo di frequenza costituisce requisito per l'ammissione all'esame di profitto. La	The teaching method adopted includes, in addition to traditional lectures and practical exercises, classroom discussions of case studies and presentations of communication experiences by professionals working in the pharmaceutical and healthcare sectors. Furthermore, the course provides important learning opportunities characterized by proactive activities. In particular, students are encouraged to actively participate in classroom discussions of business cases, as well as in group work on case studies and current topics related to communication in the pharmaceutical and healthcare sectors. These activities are discussed during plenary sessions throughout the course. Course materials will be uploaded to the course E-learning platform; which students can access upon enrollment. Attendance is mandatory. Absences of no more than 50% of the total scheduled teaching hours are permitted. Fulfillment of the mandatory attendance requirement is a prerequisite for

	frequenza è accertata mediante il sistema informatico di rilevazione delle presenze adottato dall'Ateneo.	admission to the final exam. Attendance is verified using the University's computerized attendance tracking system.
Prerequisiti	Nessuno	None
Verifiche dell'apprendimento	Per essere ammesso all'esame il/la candidato/a deve aver conseguito l'attestazione di frequenza. La verifica dell'apprendimento avviene mediante una prova finale scritta. Non sono previste prove in itinere. La prova scritta tenderà ad accertare le conoscenze e le competenze acquisite, verterà su tutti gli argomenti trattati durante il corso e sarà strutturata con 4 domande a risposta multipla, due domande dicotomiche, un esercizio e due domande aperte. Durante lo svolgimento della prova, gli studenti non possono consultare il materiale didattico, ma possono utilizzare una calcolatrice non programmabile. Gli studenti sono tenuti a presentarsi muniti di un valido documento di riconoscimento con fotografia. La valutazione finale terrà conto del grado di preparazione raggiunto e della proprietà di linguaggio rispetto agli argomenti trattati durante la prova scritta. Inoltre, terrà conto degli eventuali lavori di gruppo svolti durante il corso e della partecipazione attiva alle attività didattiche proposte in aula. La valutazione del modulo è espressa in trentesimi (soglia minima di sufficienza 18/30). Tale valutazione sarà ponderata ai relativi CFU del presente modulo (ossia 4 CFU) e contribuirà alla valutazione finale del corso integrato.	For students to be admitted to the examination, attendance certification is mandatory. Learning assessment is based on a final written examination. No mid-term assessments are scheduled. The written exam is designed to assess the knowledge and competencies acquired throughout the course. It covers all the topics addressed during the lectures and consists of four multiple-choice questions, two true/false questions, one exercise, and two open-ended questions. During the examination, students are not allowed to consult course materials; however, they may use a non-programmable calculator. Students must present a valid photo identification document on the day of the examination. The final assessment will take into account the level of knowledge achieved and the appropriate use of subject-specific terminology in the written examination. It will also consider any group work completed during the course and the student's active participation in the classroom activities. The module final grade is expressed on a scale of 30 points, with 18/30 being the minimum passing grade. This grade will be weighted according to the 4 ECTS credits assigned to this module and will contribute proportionally to the final grade of the integrated course.
Programma del corso (Contenuti)	Il corso è organizzato su base semestrale e si focalizza sui seguenti argomenti: - Concetti introduttivi alla base del marketing	The course is organized on a semester basis and focuses on the following topics: - Introduction to the fundamental concepts of marketing

	- Il marketing in ambito farmaceutico-sanitario - I processi analitici - I processi strategici - I processi operativi: il marketing mix - Comunicazione e promozione - I principi della comunicazione in sanità - Le forme di comunicazione - La comunicazione non verbale - La fidelizzazione del paziente - La pubblicità diretta al paziente - Le componenti della comunicazione per la salute - Le caratteristiche della comunicazione sanitaria - I canali digitali per la comunicazione online - La comunicazione sanitaria e digital marketing farmaceutico - I <i>pharma influencer</i>	- Marketing in the pharmaceutical and healthcare sector - Analytical processes - Strategic processes - Operational processes: the marketing mix - Communication and promotion - Principles of healthcare communication - Forms of communication - Non-verbal communication - Patient loyalty and retention - Direct-to-patient advertising - Components of health communication - Characteristics of healthcare communication - Digital channels for online communication - Healthcare communication and pharmaceutical digital marketing - Pharma influencers
Testi di Riferimento	Francolino, D. (2019), “La farmacia del futuro. Corso di marketing e comunicazione per farmacisti”, Esculapio Gianfrate, F. (2008), “Marketing farmaceutico. Peculiarità strategiche e operative”, Tecniche nuove. I testi devono essere integrati con appunti e slide del corso. MATERIALE DIDATTICO COMPLEMENTARE Materiale didattico a cura del docente. Letture e altro materiale didattico utilizzato/suggerito nel corso delle lezioni su specifici argomenti oggetto di approfondimenti tematici. Lo studente è tenuto a conoscere il materiale didattico di supporto che sarà discusso in aula. Tale materiale costituisce parte integrante del programma per tutti gli studenti (frequentanti e non) e sarà oggetto di valutazione in sede di esame.	Francolino, D. (2019), “La farmacia del futuro. Corso di marketing e comunicazione per farmacisti”, Esculapio Gianfrate, F. (2008), “Marketing farmaceutico. Peculiarità strategiche e operative”, Tecniche nuove. The textbooks must be supplemented with the course lecture notes and presentation slides. SUPPLEMENTARY TEACHING MATERIALS Teaching materials prepared by the instructor. Readings and other learning resources used and/or recommended during lectures on specific topics requiring further in-depth analysis. Students are expected to be familiar with all supplementary teaching materials discussed in class. These materials constitute an integral part of the course syllabus for all

		students (both attending and non-attending) and will be included in the assessment for the final examination.
Altro	Il corso contribuisce allo sviluppo di competenze trasversali in linea con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. In particolare, fornisce strumenti per: SDG 3 – Salute e benessere SDG 4 – Istruzione di qualità SDG 9 – Imprese, innovazione e infrastrutture	The course contributes to the development of transferable skills in line with the United Nations 2030 Agenda for Sustainable Development. In particular, it provides knowledge and tools that support: SDG 3 – Good Health and Well-being SDG 4 – Quality Education SDG 9 – Industry, Innovation and Infrastructure