

	<i>italiano</i>	<i>inglese</i>
DENOMINAZIONE INSEGNAMENTO	ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLA FARMACIA	PHARMACY ORGANISATION MANAGEMENT
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; • comprendere il ruolo della farmacia nell'ambito del sistema sanitario e delle attività di programmazione sanitaria;	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,

- 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;
- trasmettere informazioni corrette sull'uso dei farmaci, sulla prevenzione e sulla promozione della salute, anche attraverso strumenti e canali digitali;

and innovation models in the context of pharmacy practice and drug distribution;

- 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;

	• 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.	• 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; • 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 prevede lezioni frontali, esercitazioni e discussione guidata di casi aziendali, con particolare riferimento all'organizzazione, alla gestione e all'innovazione dell'impresa farmacia e delle imprese operanti nella distribuzione del farmaco. Durante il corso saranno proposte attività applicative finalizzate a sviluppare la capacità di analizzare imprese reali, interpretare scelte strategiche e operative, leggere le dinamiche competitive del settore farmaceutico e valutare modelli organizzativi e gestionali della farmacia. È incoraggiata la partecipazione attiva degli studenti attraverso discussioni in aula, lavori individuali o di gruppo, presentazioni di casi studio ed esercitazioni.	The teaching method includes lectures, practical exercises, and guided discussion of business cases, with particular reference to the organization, management, and innovation of pharmacy enterprises and companies operating in drug distribution. During the course, students will be involved in applied activities aimed at developing their ability to analyze real companies, interpret strategic and operational choices, understand the competitive dynamics of the pharmaceutical sector, and evaluate organizational and managerial models of pharmacies. Active student participation is encouraged through classroom

	Il materiale didattico verrà caricato nel canale E-learning/Moodle 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 frequenza è accertata mediante il sistema informatico di rilevazione delle presenze adottato dall'Ateneo.	discussions, individual or group work, case study presentations, and practical exercises. Course materials will be uploaded to the course E-learning/Moodle 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 admission to the final exam. Attendance is verified using the University's computerized attendance tracking system.
Prerequisiti	Nessuno. Non sono richieste conoscenze pregresse specifiche di economia e gestione delle imprese.	None. No specific prior knowledge of business economics and management is required.
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 è finalizzata ad accertare le conoscenze e le competenze acquisite e verte su tutti gli argomenti trattati durante il corso. La prova potrà includere domande a risposta multipla, domande dicotomiche, esercizi o quesiti applicativi e domande aperte. Durante lo svolgimento della prova, gli studenti non possono consultare il materiale didattico. 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, della capacità di applicare i concetti teorici a problemi gestionali e organizzativi dell'impresa farmacia, della chiarezza espositiva e della proprietà di linguaggio. Potranno inoltre essere considerati eventuali lavori individuali o di gruppo svolti durante il corso e la partecipazione attiva alle attività didattiche proposte in aula, secondo modalità comunicate dal docente all'inizio del corso.	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 and covers all the topics addressed during the lectures. The examination may include multiple-choice questions, true/false questions, exercises or applied questions, and open-ended questions. During the examination, students are not allowed to consult course materials. 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, the ability to apply theoretical concepts to managerial and organizational issues concerning pharmacy enterprises, clarity of expression, and appropriate use of subject-specific terminology. Any individual or group work completed during the course

	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 6 CFU) e contribuirà alla valutazione finale del corso integrato.	and active participation in classroom activities may also be considered, according to the procedures communicated by the instructor at the beginning of the course. 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 6 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 di economia e gestione delle imprese - L'impresa e il sistema competitivo - Imprenditorialità, risorse e competenze nel sistema impresa - La gestione strategica dell'impresa - Le strategie competitive - Le strategie di crescita - L'evoluzione dei modelli di business - I processi di innovazione - L'industria farmaceutica e il settore della distribuzione del farmaco - Il settore farmaceutico e il ruolo della farmacia nel sistema sanitario - Multicanalità e logistica nella distribuzione del farmaco - Digitalizzazione dei processi e dei servizi in farmacia - Partnership tra aziende farmaceutiche e farmacie - Evoluzione dei canali distributivi - Strategie di riposizionamento della farmacia - Casi studio e analisi competitive di farmacie locali e imprese reali	The course is organized on a semester basis and focuses on the following topics: - Introduction to business economics and management - The firm and the competitive environment - Entrepreneurship, resources, and capabilities within the firm - Strategic management - Competitive strategies - Growth strategies - Evolution of business models - Innovation processes - The pharmaceutical industry and the drug distribution sector - The pharmaceutical sector and the role of pharmacies within the healthcare system - Multichannel strategies and logistics in drug distribution - Digitalization of pharmacy processes and services - Partnerships between pharmaceutical companies and pharmacies - Evolution of distribution channels - Pharmacy repositioning strategies

		- Case studies and competitive analyses of local pharmacies and real companies
Testi di Riferimento	Baroncelli, A. e Serio, L. (2017). Economia e gestione delle imprese. McGraw-Hill. Capitoli 2-6 e 13. Brusoni, M. e Mallarini, E. (2011). La nuova impresa farmacia. Il valore dell'innovazione. Egea. Capitoli 2, 4, 8, 9-12. I testi devono essere integrati con appunti e slide del corso. MATERIALE DIDATTICO COMPLEMENTARE Materiale didattico a cura del docente. Dispense, letture, articoli, sitografia e altri materiali utilizzati o suggeriti durante le lezioni su specifici argomenti oggetto di approfondimento. Lo studente è tenuto a conoscere il materiale didattico di supporto 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.	Baroncelli, A. and Serio, L. (2017). Economia e gestione delle imprese. McGraw-Hill. Chapters 2-6 and 13. Brusoni, M. and Mallarini, E. (2011). La nuova impresa farmacia. Il valore dell'innovazione. Egea. Chapters 2, 4, 8, 9-12. The textbooks must be supplemented with the course lecture notes and presentation slides. SUPPLEMENTARY TEACHING MATERIALS Teaching materials prepared by the instructor. Handouts, readings, articles, web resources, and other learning materials 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