



# MASTER MEMA®

## MANAGEMENT FARMACEUTICO: MEDICAL SCIENTIFIC LIAISON (MSL) E MEDICAL ADVISOR (MA)

Direzione Scientifica: Dr. Andrea Rizzi



Diploma di Master in Management Farmaceutico: Medical Scientific Liaison (MSL) e Medical Advisor (MA)



Destinatari del Master: **neolaureati e laureati in medicina** (o laureati in discipline scientifiche attinenti)

EDIZIONE 2022:

**Master online Formula Weekend - Full Interactive Session e-learning**

# MASTER MEMA<sup>®</sup>

**MANAGEMENT FARMACEUTICO:  
MEDICAL SCIENTIFIC LIAISON (MSL)  
E MEDICAL ADVISOR (MA)**



# CONTENUTI

<b>OBIETTIVI E CARATTERISTICHE DEL MASTER MEMA®:</b>	<b>4</b>
--	----------

---

<b>DESTINATARI E SBOCCHI OCCUPAZIONALI</b>	<b>6</b>
--	----------

---

<b>I PUNTI DI FORZA DEL MASTER MEMA®</b>	<b>8</b>
--	----------

---

<b>PROGRAMMA DIDATTICO</b>	<b>10</b>
----------------------------	-----------

---

<b>TITOLI RILASCIATI</b>	<b>15</b>
--------------------------	-----------

---

<b>SPENDIBILITÀ DEL MASTER</b>	<b>15</b>
--------------------------------	-----------

---

<b>I DOCENTI MEMA® DI ISTUM</b>	<b>16</b>
---------------------------------	-----------

---

<b>MODALITÀ DI SVOLGIMENTO</b>	<b>18</b>
--------------------------------	-----------

---

<b>CALENDARIO</b>	<b>19</b>
-------------------	-----------

---

<b>PLACEMENT E ASSESSMENT POST-MASTER</b>	<b>20</b>
---	-----------

---

<b>MODALITÀ DI ISCRIZIONE</b>	<b>21</b>
-------------------------------	-----------

---

<b>QUOTA DI PARTECIPAZIONE</b>	<b>21</b>
--------------------------------	-----------

---

# OBIETTIVI E CARATTERISTICHE DEL

---

# MASTER MEMA®:

---

**Obiettivo del Master MEMA** è formare i candidati selezionati per accedere a posizioni di Medical Scientific Liaison o Medical Advisor di aziende farmaceutiche.

Il Master MEMA è un percorso formativo finalizzato alla **formazione manageriale per l'area del Medical Affairs delle aziende farmaceutiche**. La metodologia didattica si avvale di tecniche interattive di insegnamento e di una faculty di docenti, tutti Manager e/o Dirigenti attivi in aziende Farmaceutiche di primario livello. Questo permette ai partecipanti di comprendere i ruoli e le responsabilità, assimilare i comportamenti e acquisire le competenze necessarie.

Tre sono i punti di forza che caratterizzano il piano formativo del Master MEMA:



## Trasferire

---

Obiettivo formativo principale del master è trasferire nozioni tecniche e approcci manageriali realmente utili ai propri partecipanti, focalizzandosi sul ruolo dell'MSL e del Medical Advisor e della sua interazione con il Market Access, il Marketing e la funzione di vendita. Verranno così offerti ai discenti una **visione della realtà e gli strumenti per affrontarla** con la possibilità di essere già in sintonia con il nuovo mondo lavorativo con cui potranno trovarsi ad interagire.



## Orientare

---

All'interno del corso è dedicato un ampio spazio all'analisi dei principali ruoli ricercati dalle aziende farmaceutiche descrivendone compiti, azioni quotidiane, ambiti di competenza e le caratteristiche che ogni figura manageriale deve acquisire, possedere e sviluppare in modo da rendere più concreto e coerente l'orientamento professionale di ogni partecipante. Questa fase si sviluppa nel corso dalla didattica soprattutto grazie all'interazione diretta con i docenti che potranno testimoniare la loro **quotidiana esperienza** mettendola a disposizione dei partecipanti.



## Applicare

---

Conoscere e sperimentare i ruoli dell'MSL e del Medical Advisor per presentare al meglio la propria professionalità sul mercato, sono gli obiettivi della parte finale del Master MEMA che verranno affrontati attraverso lo studio in aula di **"medical case study"** e durante il modulo di **"Medical Management operativo e Let's practice & Take Home Info"**.

## CARATTERISTICHE

Questa parte finale permette ai partecipanti di focalizzare le conoscenze acquisite sugli aspetti pratici che vengono quotidianamente affrontati in Azienda. Affrontando concretamente le nozioni acquisite e interiorizzandole il discente potrà proporsi al mercato del lavoro in modo maggiormente professionale, consapevole e competitivo

In aggiunta il master si pone come ulteriore obiettivo quello di creare tra la direzione del master, i docenti e i partecipanti **un network integrato e duraturo**, utile dopo il percorso formativo per lo sviluppo delle carriere.

**CARATTERISTICHE : Formula Week end (le lezioni si terranno il Sabato e la Domenica):**  
9 Moduli didattici; 80 ore di formazione (vedere tabella); Project Work Finale;

Moduli Didattici	Ore di formazione
✓ IL MEDICAL MANAGEMENT E L'AZIENDA FARMACEUTICA	8
✓ IL MANAGEMENT DELLA RICERCA CLINICA	
✓ LA GESTIONE DEGLI STUDI DI FASE IV E ALTRI MODI DI FARE RICERCA	8
✓ LA FARMACOVIGILANZA	
✓ LE NORMATIVE	8
✓ LA GESTIONE DEL TRAINING SCIENTIFICO	
✓ SINERGIA CON IL MARKETING FARMACEUTICO	8
✓ SINERGIA CON IL MARKET ACCESS	8
✓ RAPPORTO CON LE SALES	8
✓ REGULATORY AFFAIRS	8
✓ RISORSE UMANE: ORIENTAMENTO E COMUNICAZIONE	8
✓ IL MEDICAL MANAGEMENT OPERATIVO	8
✓ LET'S PRACTICE & TAKE HOME INFO	
✓ PROJECT WORK	8 ore

Queste tecniche consentono di creare un team integrato tra partecipanti e docenti che sviluppano il percorso formativo ottimizzando il trasferimento delle competenze.



### Reale:

La metodologia utilizzata prevede delle *sessioni frontali*, degli *approfondimenti pratici* basati su esperienze dei docenti ed *esercitazioni su Case Study*.



### Attuale:

I contenuti delle lezioni di ogni modulo del percorso formativo sono caratterizzati e costituiti dalle più *attuali metodologie di management* presenti in ambito farmaceutico.



### Integrato:

Le lezioni sono caratterizzate da un'*intensa interattività*, *sperimentazione* e *feedback bidirezionale* tra partecipanti e docenti.

L'integrazione tra i diversi moduli del master MEMA e tra partecipanti e i docenti si concretizza ulteriormente durante il modulo "10" che prevede la discussione dei "Project Work" con simulazione di dinamiche di lavoro reali mettendo in pratica tutti i contenuti appresi durante il Master.

# DESTINATARI

## E SBOCCHI OCCUPAZIONALI

I destinatari del master MEMA sono:

- ✓ **Product Specialist di aziende farmaceutiche operanti in linee specialistiche ospedaliere interessati ad acquisire le competenze per svilupparsi come Medical Scientific Liaison (MSL) o Medical Advisor (MA)**
- ✓ **Attuali MSL di aziende farmaceutiche interessati ad approfondire e acquisire le competenze cross-funzionali delle figure di sede per svilupparsi come Medical Advisor (MA)**
- ✓ **Laureati in medicina o laureati in discipline scientifiche con PhD interessati ad acquisire competenze per entrare nella direzione medica delle aziende farmaceutiche come Medical Scientific Liaison (MSL) o Medical Advisor (MA)**

I contenuti formativi (Vedere programma didattico) sono studiati per trasferire a tutti i differenti livelli di destinatari le nozioni e le competenze per un loro primo inserimento professionale o per uno sviluppo naturale di carriera

Tipologia di Destinatari	Sviluppo professionale
✓ Product Specialist operanti linee specialistiche ospedaliere di aziende farmaceutiche	✓ Medical Scientific Liaison (MSL) di territorio in azienda farmaceutica
✓ Medical Scientific Liaison (MSL) di aziende farmaceutiche	✓ Medical Advisor di sede in azienda farmaceutica
✓ Laureato in Medicina, Neolaureato in Medicina, Specializzando in Medicina	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Medical Advisor di sede in azienda farmaceutica</li> <li>✓ Medical Scientific Liaison (MSL) di territorio in azienda farmaceutica</li> </ul>
✓ Clinical Monitor / CRA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Medical Advisor di sede in azienda farmaceutica</li> <li>✓ Medical Scientific Liaison (MSL) di territorio in azienda farmaceutica</li> </ul>
✓ Laureato in discipline Scientifiche con PhD / ricercatore scientifico	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Medical Advisor di sede in azienda farmaceutica</li> <li>✓ Medical Scientific Liaison (MSL) di territorio in azienda farmaceutica</li> </ul>

La partecipazione al **Master di alta formazione MEMA in Management Farmaceutico: Medical Scientific Liaison (MSL) e Medical Advisor (MA)** avviene mediante presentazione del CV e lettera motivazionale che vengono valutati dal Consiglio Direttivo di ISTUM.



# I PUNTI DI FORZA

DEL MASTER MEMA®

Dr. Andrea Rizzi:

Siamo tutti abituati a pensare alla ricerca scientifica con l'ambizione di diventare ricercatori, ma nella fase di commercializzazione di un farmaco, passatemi il termine, il "ricercatore scientifico" diventa un "Manager" che ha visione strategica e sa prendere decisioni per guidare l'intero sviluppo clinico di un farmaco. L'ambito del "Medical Management" è poco esplorato e noto a tutti gli aspiranti, non sapendo che riveste da sempre una prioritaria importanza in tutte le aziende farmaceutiche e per ogni prodotto, offrendo numerose e gratificanti opportunità professionali, che al MEMA affrontiamo tra i primi in Italia".

Dott. Michele Barletta:

"Il medical Management è uno degli ambiti dell'azienda farmaceutica di primaria importanza e sempre presente in tutti i settori e aree terapeutiche, proprio per la natura stessa dell'azienda farmaceutica. Questo ambito offre numerose e prestigiose opportunità professionali, il più delle volte non conosciute a chi potrebbe ambire a ricoprire questi ruoli. In Italia ed in Europa la carenza di corsi di formazione specifici determina la mancata valutazione di una carriera di questo tipo. Il MeMa, come primo percorso formativo specifico in Italia, nasce proprio su questo specifico obiettivo: far conoscere, formare ed orientare chi ha le potenzialità e la voglia di inserirsi nel Mondo del Medical Management, offrendo un punto di partenza per i partecipanti e una risorsa per le aziende che ricercano continuamente talenti in questo settore specifico"

Dott. Domenico Guajana:

"Il lavoro in Team Interfunzionale è fondamentale per il successo del Business. Sales, Marketing, Medical e le altre funzioni devono necessariamente interagire tra loro. L'insieme delle competenze e dei punti di vista laterali pone le basi per prendere le decisioni giuste. Conoscere il modo di pensare e la tipologia di lavoro delle altre funzioni pone le basi per un reale ed efficace Team Working".

## I NUMERI DEL MEMA®

---

**12**

docenti professionisti di settore

**200**

domande di iscrizione al master ogni anno

**1200**

profili dei partecipanti sponsorizzati  
presso le aziende partner

**300**

Assessment individuali e consulenze di carriera svolte

Giornata / Relatori qualificati	Argomento	Modalità TE=teoria; ES=esercitazioni
<p>Modulo I</p> <p><b>INTRODUZIONE AL MEDICAL MANAGEMENT E GESTIONE DELLA RICERCA</b></p>	<p><b>Il Medical Management Farmaceutico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Background, la storia per capire l'evoluzione e il presente</li> <li>✓ L'azienda Farmaceutica: organizzazione e modello di Business</li> <li>✓ Dipartimento Medico e R&amp;D</li> <li>✓ I ruoli nel Medical Management: entry levels e sviluppo verticale e longitudinale</li> <li>✓ Job Description               <ul style="list-style-type: none"> <li>Medical Advisor, Medical Manager, Field Medical Advisor, Field Medical Manager, Clinical Monitor, Project Leader . . . .</li> </ul> </li> <li>✓ Da ricercatore a Manager: come e perché</li> <li>✓ Evoluzione ricorrente della Medica: ricerca e sviluppo vs direzione medica</li> <li>✓ Le sinergie con gli altri dipartimenti aziendali: Marketing, Market Access, Sales</li> <li>✓ Le POS/SOP</li> </ul> <p><b>Il Management della ricerca clinica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La ricerca e le sue fasi (I, II, III, IIIB)</li> <li>✓ Tipo e disegno degli studi clinici, randomizzazione, cecità</li> <li>✓ Protocollo e la CRF</li> </ul> <p><b>Significatività statistica e clinica, dimensionamento campionario</b></p> <p><b>Clinical Operation vs CRO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Scelta dei Centri clinici</li> <li>✓ Fase etica e amministrativa</li> <li>✓ Osservatorio sperimentazione clinica, Clintrial.gov</li> <li>✓ Investigator Meeting</li> <li>✓ Monitoraggio</li> <li>✓ Visita iniziale; Visita periodica; Visita finale</li> <li>✓ Audit</li> <li>✓ Analisi dei dati</li> <li>✓ Rapporto clinico e altre modalità di diffusione dei risultati</li> <li>✓ Registrazione di un farmaco</li> <li>✓ RCP</li> </ul>	<p>TE = 90%</p> <p>ES = 10%</p> <p>Esercitazione di gruppo su case study</p> <p>Identificazione disegni sperimentali e popolazioni di studio</p> <p>Valutazione del dimensionamento campionario</p> <p>Quiz riepilogativi con risposta in aula e commento</p>
<p>Modulo II</p> <p><b>LA RICERCA POST REGISTRATIVA E LA SAFETY</b></p>	<p><b>La gestione degli Studi di Fase IV &amp; altre ricerche</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Quando fare una ricerca</li> <li>✓ Tipo di studi               <ul style="list-style-type: none"> <li>Interventistici; Osservazionali; Sponsorizzati; Spontanei (IIS o ISS); Altre modalità: studi di registro e ricerche di mercato</li> </ul> </li> <li>✓ Utilizzo dei dati               <ul style="list-style-type: none"> <li>Meta-analisi; Press-conference e press-release; Editoriali; L'uso e abuso del Web; Pubblicazioni</li> </ul> </li> <li>✓ La lettura critica di una pubblicazione scientifica</li> <li>✓ La valutazione dell'importanza delle informazioni</li> </ul> <p><b>La Farmacovigilanza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Background, la storia per capire l'evoluzione e il presente</li> <li>✓ Evento avverso vs reazione avversa</li> <li>✓ La farmacovigilanza negli studi clinici</li> <li>✓ La farmacovigilanza nella vita di tutti i giorni</li> <li>✓ Special situation</li> <li>✓ Normativa di FV</li> <li>✓ Scheda di segnalazione di sospetta reazione avversa</li> <li>✓ Le figure coinvolte</li> <li>✓ Riepilogo del flusso di informazioni a livello nazionale e internazionale</li> <li>✓ Lo PSUR</li> <li>✓ Gli Audit</li> </ul>	<p>TE = 80%</p> <p>ES = 20%</p> <p>Esercitazione di gruppo su case study</p> <p>Revisione di una pubblicazione</p> <p>Comportamento in caso di EA</p> <p>Quiz riepilogativi con risposta in aula e commento</p>

Giornata / Relatori qualificati	Argomento	Modalità TE=teoria; ES=esercitazioni
<p>Modulo III</p> <p><b>LE REGOLE I CONTROLLI E IL TRAINING</b></p>	<p><b>Le normative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ruolo e attività della Direzione Medica nei confronti della Compliance</li> <li>✓ DLgs 219/06 (pubblicità farmaci)               <ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicazione scientifica</li> <li>Eventi, congressi e riunioni locali</li> </ul> </li> <li>✓ Farmindustria               <ul style="list-style-type: none"> <li>Codice deontologico</li> <li>Audit</li> <li>Sanzioni</li> </ul> </li> <li>✓ Codice EFPIA               <ul style="list-style-type: none"> <li>Sintesi</li> </ul> </li> <li>✓ DLgs 231/01 (responsabilità impresa)               <ul style="list-style-type: none"> <li>Cosa comporta</li> <li>Verifiche interne</li> </ul> </li> </ul> <p><b>La gestione del training scientifico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ruolo della Direzione Medica nel training scientifico</li> <li>✓ Training iniziale</li> <li>✓ Training periodico               <ul style="list-style-type: none"> <li>Differenti modalità di effettuazione</li> </ul> </li> <li>✓ Training di lancio</li> <li>✓ Materiale di training</li> <li>✓ Le presentazioni               <ul style="list-style-type: none"> <li>La presentazione efficace, parte integrante del public speaking</li> <li>Come fare una buona presentazione scientifica</li> </ul> </li> <li>✓ Medical Information: rapporto con Pazienti, Medici, Farmacisti/grossisti, ISF</li> <li>✓ Le informazioni sul prodotto</li> <li>✓ Public Assessment Report, RCP, ABST, pubblicazioni, supplementi, monografia di prodotto</li> </ul>	<p>TE = 80%</p> <p>ES = 20%</p> <p>Esercitazione di gruppo su case study</p> <p>Revisione di un materiale di training</p> <p>Risposte e comportamenti in medical information</p> <p>Quiz riepilogativi con risposta in aula e commento</p>
<p>Modulo IV</p> <p><b>SINERGIA CON IL MARKETING</b></p>	<p><b>Integrazione Medica - Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cos'è il Marketing Farmaceutico</li> <li>✓ Il modello di Business</li> <li>✓ Basi di Marketing Strategico e Operativo</li> <li>✓ Basi e strumenti di analisi strategica</li> <li>✓ Il concetto di posizionamento e di differenziazione</li> <li>✓ La value proposition integrata</li> <li>✓ Basi e Strumenti di decision making</li> <li>✓ Basi e strumenti di public speaking</li> <li>✓ La comunicazione di prodotto: fondamenti, strategie e strumenti</li> <li>✓ KOL Management</li> <li>✓ Il ciclo di vita del prodotto e le strategie diversificate</li> <li>✓ Il Brand Plan integrato</li> </ul>	<p>TE = 80%</p> <p>ES = 20%</p> <p>Esercitazione di gruppo su case study</p>

Giornata / Relatori qualificati	Argomento	Modalità TE=teoria; ES=esercitazioni
<p>Modulo V</p> <p><b>SINERGIA CON IL MARKET ACCESS</b></p>	<p><b>Integrazione Medical – Market Access</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Overview sulla spesa farmaceutica in Italia – analisi del rapporto OsMed</li> <li>✓ La governance in ambito sanitario: il ruolo del pagatore</li> <li>✓ Gli strumenti di governo della spesa farmaceutica: tetti di spesa, budget aziendali, payback, tetti di prodotto</li> <li>✓ Il percorso di accesso al mercato di una tecnologia sanitaria dalla prospettiva europea (EMA) a quella Nazionale (AIFA)</li> <li>✓ Il processo di prezzo e rimborso in Italia: normative e modalità applicative</li> <li>✓ Le evidenze richieste per la rimborsabilità di un farmaco</li> <li>✓ Valutazione del gradi di innovazione di una tecnologia sanitaria</li> <li>✓ Introduzione agli schemi di rimborso basati sulla performance – Managed Entry Scheme (MES)</li> <li>✓ Il Dossier di Prezzo &amp; Rimborso: guida alla struttura ed i suoi contenuti</li> <li>✓ Scenario Regionale e ruolo delle commissioni locali per la valutazione di un farmaco</li> <li>✓ La valutazione multidimensionale delle tecnologie sanitarie: introduzione all’Health Technology Assessment (HTA)</li> <li>✓ Il modello EuNetHTA per la valutazione delle tecnologie sanitarie</li> <li>✓ La valutazione economica in ambito sanitario</li> <li>✓ Analisi di costo efficacia (CEA), rapporto costo efficacia incrementale (ICER), valore soglia</li> <li>✓ Analisi di impatto sul budget (BIA): razionale e contesto di utilizzo</li> </ul>	<p>TE = 80%</p> <p>ES = 20%</p> <p>Esercitazione di gruppo su case study</p>
<p>Modulo VI</p> <p><b>SINERGIA CON LE SALES</b></p>	<p><b>Sales Management e ricerche di mercato</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Il ruolo delle Sales nell’organizzazione dell’azienda Farmaceutica</li> <li>✓ Organizzazione delle strutture vendite nei segmenti del mercato farmaceutico</li> <li>✓ Le figure professionali nelle strutture Sales delle aziende farmaceutiche</li> <li>✓ Il ruolo dell’ISF, dell’Area Manager, Product Specialist, Key account Manager, Regional Affairs, Agente</li> <li>✓ Relazione interfunzionale tra Medical department, Sales, Marketing e Market Access</li> <li>✓ Gli interlocutori della struttura di sales, il loro ruolo e l’impatto</li> <li>✓ Evoluzione dello scenario e impatto sul modello di lavoro delle sales</li> <li>✓ Il ruolo dell’informazione scientifica e Informazione scientifica presso i diversi target (in accordo al Dlgs 219/06)</li> <li>✓ Hospital Excellence: il PTO, le gare ospedaliere e le dinamiche di lavoro del Product Specialist e del Key Account Manager ed il ruolo del medical Manager</li> <li>✓ Le ricerche di Mercato Qualitative</li> <li>✓ Le ricerche di mercato Quantitative</li> <li>✓ Le ricerche di Mercato ad hoc</li> <li>✓ Il mercato Farmaceutico</li> <li>✓ Le quote della filiera distributiva</li> <li>✓ I diversi dati IMS ( sell-in, sell-out, ospedale e DPC )</li> <li>✓ Gli indici di performance</li> </ul>	<p>TE = 80%</p> <p>ES = 20%</p> <p>Esercitazione di gruppo su case study</p>

Giornata / Relatori qualificati	Argomento	Modalità TE=teoria; ES=esercitazioni
<p>Modulo VII</p> <p><b>REGULATORY AFFAIRS</b></p>	<p><b>Introduzione agli Affari Regolatori</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dallo sviluppo di una nuova entità chimica alla sua registrazione, principali implicazioni e strategie regolatorie</li> <li>✓ Il dossier di registrazione</li> <li>✓ Principali interazioni con altre funzioni aziendali (Produzione, Supply, Marketing, Farmacovigilanza, Market Access)</li> <li>✓ Normative di riferimento in Italia e in Europa</li> <li>✓ Enti Regolatori: AIFA, Ministero della Salute, EMA</li> </ul> <p><b>Tipi di procedure registrative in Europa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Procedure registrative – dalla comunitaria alla nazionale (MRP, DCP, CP, NAP)</li> <li>✓ Fase nazionale in Italia: rimborsabilità, la procedura di negoziazione del prezzo</li> <li>✓ Classificazione di un farmaco: etico, equivalente, SOP, OTC, ospedaliero</li> </ul> <p><b>Le variazioni e il mantenimento dell’AIC</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Variazioni di tipo I e tipo II e line-extension</li> <li>✓ Rinnovi</li> </ul> <p><b>La Farmacovigilanza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Il monitoraggio della sicurezza dei farmaci</li> <li>✓ Company Core Data Sheet, SPC e PBRER</li> <li>✓ Utilizzo dei principali Database e banche dati</li> </ul> <p><b>L’informazione medico-scientifica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Informazione Medico Scientifica e Pubblicità Sanitaria</li> <li>✓ Il Responsabile del Servizio Scientifico – Requisiti da D. Lvo 219 art.126</li> <li>✓ ISF – Requisiti da D. Lvo 219 art.122</li> <li>✓ Ruolo e responsabilità dell’Azienda</li> <li>✓ Materiali scientifici promozionali – Approvazione, compliance e deposito</li> <li>✓ Omaggi – Gadget istituzionali e promozionali</li> <li>✓ Informazione scientifica ai Congressi e Convegni</li> <li>✓ Comunicazioni regionali, accreditamenti ISF, medie visite ISF</li> </ul>	<p>T 70%</p> <p>E 30%</p> <p>T; E; Esercitazione di gruppo</p>
<p>Modulo VIII</p> <p><b>RISORSE UMANE: ORIENTAMENTO E COMUNICAZIONE</b></p>	<p><b>Leadership e motivazione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Il ruolo delle risorse umane nell’azienda farmaceutica</li> <li>✓ Motivazione</li> <li>✓ Processo di Leadership</li> <li>✓ Teoria dell’organizzazione</li> <li>✓ Coinvolgimento del personale</li> </ul> <p><b>Comunicazione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ I fondamenti della comunicazione.</li> <li>✓ Le tipologie di comunicazione: verbale, non verbale, paraverbale.</li> <li>✓ L’assertività, aggressività, passività, collaborazione.</li> <li>✓ Gli stili comunicativi, la gestione dei conflitti e l’ascolto attivo</li> </ul> <p><b>Parlare in pubblico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lo sguardo, la postura, la prossemica e la gestione dello spazio, Il linguaggio del corpo, I differenti tipi di pausa tono, volume e ritmo</li> <li>✓ Superare la paura del pubblico</li> <li>✓ Gestire lo stress e analisi dell’uditorio; Le fasi del discorso</li> </ul> <p><b>La comunicazione durante il colloquio di lavoro</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Come sostenere il colloquio individuale; Come sostenere il colloquio di gruppo; Orientamento</li> </ul> <p><b>Come ricercare le opportunità di lavoro nel mondo farmaceutico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ WEB, social network, head hunter, personal Network</li> <li>✓ Come candidarsi, come preparare un curriculum vitae efficace</li> </ul>	<p>T 50%</p> <p>LP 50%</p> <p>T; LP;</p> <p>LABORATORIO DI COMUNICAZIONE</p> <p>Individuazione dei punti di forza/ debolezza</p> <p>Come preparare una presentazione efficace: struttura e flusso di comunicazione</p> <p>Presentazioni in aula fatte dai partecipanti</p>

Giornata / Relatori qualificati	Argomento	Modalità TE=teoria; ES=esercitazioni
<p>Modulo IX</p> <p><b>IL MEDICAL MANAGEMENT OPERATIVO</b></p> <p><b>LET'S PRACTICE AND TAKE HOME INFO</b></p>	<p><b>Il Medical Management operativo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rapporti con Casa Madre</li> <li>✓ Mezzi promozionali, tipologia</li> <li>✓ Revisione mezzi promozionali vs Codice Farmindustria</li> <li>✓ Slide Kit di prodotto</li> <li>✓ ECM</li> <li>✓ Congressi Nazionali e Internazionali</li> <li>✓ Riunioni locali, internazionali</li> <li>✓ Hospital Meeting</li> <li>✓ ABST, poster, comunicazione orale, lettura, simposio</li> <li>✓ Advisory Board: obiettivi e output</li> <li>✓ Value Dossier</li> <li>✓ Inserimento del prodotto nei prontuari terapeutici (PTO, PTOR)</li> </ul> <p><b>Let's practice &amp; Remember</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La posta elettronica, errori comuni e best practice</li> <li>✓ I documenti               <ul style="list-style-type: none"> <li>Nome commerciale e principio attivo</li> <li>Grafici, tabelle e significatività</li> <li>La bibliografia</li> </ul> </li> <li>✓ Mezzi promozionali e Farmindustria</li> <li>✓ Presentazioni, errori comuni e best practice</li> <li>✓ Dove trovo le informazioni</li> <li>✓ I progetti (regole)</li> <li>✓ Consulenze               <ul style="list-style-type: none"> <li>Secret Agreement, Minutes, documentazione</li> </ul> </li> <li>✓ Le normative (i punti essenziali, in pratica)</li> <li>✓ I Tempi</li> </ul> <p><b>Assegnazione Project Work</b></p>	<p>TE = 60%</p> <p>ES = 40%</p> <p>Esercitazione di gruppo su case study</p> <p>Simulazione revisione mezzo promozionale</p> <p>Simulazione revisione slide Kit</p> <p>Simulazione valutazione meeting mono-sponsor e partecipazione congressuale</p> <p>Simulazione revisione progettualità</p> <p>Quiz riepilogativi e commento</p>
<p>Modulo X</p> <p><b>PROJECT WORK E VALUTAZIONE FINALE</b></p>	<p><b>Project work</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sviluppo del Project Work in Aula Online</li> <li>✓ Discussione</li> </ul> <p><b>Chiusura del Master</b></p>	<p>I partecipanti, suddivisi in gruppo di lavoro, svilupperanno un project work sulla base delle indicazioni fornite tramite un materiale fornito in pre-reading e sulle indicazioni fornite dai docenti in aula per poi presentarlo alla commissione di valutazione del master.</p> <p>Sessione interattiva.</p>

All'esito del conseguimento del monte ore minimo del 80%, per i partecipanti in regola con la posizione amministrativa, verrà rilasciato (in doppia lingua italiano/inglese) il DIPLOMA



Tale diploma, costituisce un'importante valorizzazione curriculare delle competenze e un elemento distintivo nell'ottica competitiva del mondo del lavoro.

## SPENDIBILITÀ DEL MASTER

Il **Master di Alta Formazione in Management Farmaceutico: Medical Scientific Liaison (MSL) e Medical Advisor (MA) (MEMA)** in virtù degli accreditamenti che possiede e che rilascia ai partecipanti all'esito del percorso formativo, gode di una concreta spendibilità nel mondo del lavoro.

In primo luogo gli attestati ed il diploma sono rilasciati da ISTUM in qualità di azienda certificata **ISO 9001:2015** (Sistema di gestione per la Qualità) con accreditamento nel **settore EA 37 (Formazione)** con il seguente scopo: "Progettazione, direzione ed erogazione di corsi di formazione e Master di alta formazione manageriale, continua, professionale, aziendale, specialistica, riconosciuta e di orientamento professionale post formativo dei partecipanti".

Tale aspetto conferisce riconoscimento e titolo di preferenza fondamentale per acquisire un vantaggio competitivo stabile da parte del professionista nel momento in cui propone la sua candidatura all'azienda.

Ulteriore elemento distintivo di grande utilità, è costituito dal grande novero di aziende sul territorio nazionale, sempre in crescita, che accreditano i Master di Alta Formazione di ISTUM, quale elemento di garanzia della qualità della formazione erogata, in quanto conforme agli scopi dei partners aziendali nella ricerca di profili che posseggano specifici requisiti formativi.



# I DOCENTI MEMA<sup>®</sup>

Il corpo docenti del **Master di Alta Formazione in Management Farmaceutico: Medical Scientific Liaison (MSL) e Medical Advisor (MA) (MEMA)** è costituito da professionisti con grande esperienza come Dirigenti o Manager di aziende farmaceutiche.

L'apporto di un corpo docente elevatamento qualificato, costituito da professionisti che attualmente rivestono il ruolo per cui svolgono la loro docenza, garantisce di raggiungere un grado di competenze estremamente pratiche e di elevato livello. Questo aspetto è diventato un elemento di riconoscibilità nel mercato del lavoro che costituisce un tratto distintivo di sicuro valore.

## **Dott. Andrea Rizzi**

Medical Franchise  
Leader Respiratory  
at Novartis Italia



## **Dott.ssa Rossella Balsamo**

Therapeutic Area Lead Biologic,  
Medical Affair Respiratory & Immunology  
at AstraZeneca



## **Dott. Michele Barletta**

Sales & Marketing Head  
Respiratory - Immunology  
presso Sanofi Genzyme



## **Dott. Andrea Pitrelli**

Market Access &  
Government Affairs Head  
presso Shionogi



## **Dott. Alessio Colaizzi**

Market Access Director  
at Incyte



# DOCENTI



---

## **Dott. Domenico Guajana**

Country Commercial  
Director presso Alnylam  
Pharmaceuticals



---

## **Dott.ssa Pina Fodarella**

Regulatory Affairs Manager  
Southern East Europe at  
INDIVIOR Pharma



---

## **Dott.ssa M. Chiara Pignoloni**

Pharma Recruiter Specialist



---

## **Dott. Nicolandrea Menichini**

Talent Acquisition EMEA  
at IQVIA



---

## **Dott.ssa Angela Esposito**

Global Regulatory Affairs Strategy Manager  
Angelini Pharma S.p.A.



---

## **Dott. Fabrizio Celia**

Therapeutic Business Unit Head at Advanced  
Accelerator Applications



---

## **Dott. Leonardo Campanelli**

Head of Marketing Diabetes  
at AstraZeneca



## MODALITÀ DI SVOLGIMENTO

---

Il **Master MEMA di Alta Formazione in Management Farmaceutico: Medical Scientific Liaison (MSL) e Medical Advisor (MA)** si svolge in formula week-end online per consentire la fruizione del percorso formativo sia a coloro che sono già professionalmente occupati che a coloro che desiderano svolgere la propria formazione fruendo della comodità della formula week-end.

### ORARI DI LEZIONE



**SESSIONI INTERATTIVE ON LINE WEB:**



**FORMULA WEEKEND**

**ORE 9.30 - 13.30**

### DURATA COMPLESSIVA DEL MASTER



**80 ORE**

**IN FULL INTERACTIVE SESSION LEARNING**

---

**18 SESSIONI  
DA 4 ORE**

**2  
SESSIONI  
DI 4 ORE**

**DEDICATE AL PROJECT WORK**

Il Master, un progetto esclusivo grazie ai prestigiosi riconoscimenti di cui si avvale e a una faculty di primissimo livello, si svolge sulla piattaforma e-learning di ISTUM che permette lo sharing in tempo reale dei contenuti, la creazione di gruppi di lavoro, la somministrazione di test interattivi, casi

di studio, contenuti video e intensi momenti di Q&A. Grazie a tale supporto tecnologico, l'esperienza formativa del Master permette con taglio pratico di acquisire concretamente competenze immediatamente spendibili al termine del percorso formativo.

# CALENDARIO



**CALENDARIO DEL MASTER** 20 sessioni da 4 ore ciascuno



maggio 2022                      07; 08; 14; 15; 28; 29.

giugno 2022                      04; 05; 18; 19; 25; 26.

luglio 2022                      09; 10; 16; 17.

settembre 2022                      03; 04; 10; 11.



# PLACEMENT E ASSESSMENT

## POST-MASTER

A seguito del conseguimento del Diploma e degli attestati previsti dal Master, ISTUM Human Resources, sportello placement di ISTUM, si attiva, unitamente ai propri partners, nella ricerca di opportunità di sviluppo professionali per i partecipanti in linea con tali caratteristiche.

Alla fase di Placement, infatti, l'Istituto di Studi di Management ISTUM pone una specifica attenzione non solo relativamente al monitoraggio delle opportunità lavorative di inserimento migliori per i partecipanti ma anche selezionando con attenzione le aziende più in linea con gli obiettivi del master.

Nello specifico, le attività di placement svolte da ISTUM, a cui è possibile accedere unicamente manifestando il proprio interesse in fase di iscrizione, si realizzano attraverso:

- ✓ Presentazione dettagliata dei profili dei partecipanti alle aziende partners di ISTUM alla fine del master mirata alla promozione della spendibilità curriculare; ove possibile e coerente con le caratteristiche del partecipante, tale attività potrebbe trasformarsi, previa disponibilità delle aziende e della compatibilità del profilo del candidato con quanto richiesto dalle stesse, in un'opportunità di tirocinio/stage formativo della durata di 3-6 mesi;
- ✓ Inserimento del profilo del partecipante nel proprio database classificato in clusters utili a permetterne una consultazione immediata da parte delle aziende partners di ISTUM che sono alla ricerca di collaborazioni;



**Fiore all'occhiello** delle attività di assessment post-master di ISTUM è l'attività di **"Assessment individuale"** svolto con **Head Hunter e HR Professional di ISTUM HUMAN RESOURCES**.

Tale approfondita attività si propone di:



Fornire un'adeguata consulenza sulla redazione del curriculum vitae



Realizzare un bilancio delle competenze acquisite durante il Master



Fornire consulenza relativamente alle possibilità di sviluppo professionale dopo il Master



Illustrare le modalità di corretto approccio ai colloqui di selezione

Al termine dell'attività di "Assessment individuale" viene fornito un output finale in merito punti di forza e alle aree di miglioramento relative al cv e al candidato.

Per partecipare al Master, previa richiesta informazioni, sarà richiesto l'invio del curriculum vitae accompagnato da una lettera motivazionale al fine di consentire al Comitato Scientifico del Master di valutare la corrispondenza degli obiettivi del candidato con il percorso formativo prescelto.

All'esito della valutazione, il Comitato Scientifico di ISTUM comunicherà all'interessato l'esito affinché quest'ultimo, nella tempistica media di 7gg lavorativi dalla ricezione della scheda di iscrizione, possa valutare con adeguata serenità la decisione di convalidare la propria iscrizione.

E' garantito, in ogni caso, a tutti i partecipanti, il diritto di recesso entro 14gg dall'iscrizione in ottemperanza all'art.49 e ss. del d.lgs. 206/2005. [modulo di recesso disponibile al link: <https://www.istum.it/download/modulo-recesso-tipo.pdf>].

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione al **Master di Alta Formazione in Management Farmaceutico: Medical Scientific Liaison (MSL) e Medical Advisor (MA) (MEMA)**, è pari a **€ 3.800,00 oltre iva (totale € 4.636,00)**.

Tale quota comprende la partecipazione a tutte le giornate didattiche del master, la fruizione del servizio di placement di ISTUM Human Resources (per i richiedenti all'atto dell'iscrizione), nonché il materiale didattico.

### MODALITÀ E TERMINI DI PAGAMENTO

Per convalidare l'iscrizione è prevista una rata d'acconto sulla quota di partecipazione e successivamente due rate di pari importo da corrispondersi con le tempistiche indicate nella scheda di iscrizione

## MODALITÀ DI ISCRIZIONE AZIENDE

### ISCRIZIONE DIPENDENTI / COLLABORATORI di AZIENDE / ENTI / STUDI

Per Enti/Studi/Aziende che desiderino iscrivere i propri collaboratori/dipendenti al master è prevista una procedura di iscrizione diretta semplificata nonché una quota di iscrizione ridotta per iscrizioni multiple.

Per effettuare la richiesta d'iscrizione, gratuita e non vincolante, da parte di Enti/Studi/Aziende è necessario inviare una email all'indirizzo: **aziende@istum.it** oppure compilare l'apposita form online all'indirizzo: **<https://www.istum.it>**.



ISTUM Pharma è una divisione di ISTUM Istituto di Studi di Management altamente specializzata in campo farmaceutico. Le direzioni scientifiche dei master pharma e le faculty sono costituite da professionisti del settore farmaceutico con significative esperienze nel contesto farmaceutico attuale e quindi capaci di comprendere le esigenze formative necessarie a sviluppare le competenze dei partecipanti e il loro sviluppo professionale in ambito farmaceutico.

I master in area pharma sono finalizzati a coprire diversi e specifici fabbisogni formativi: in ambito marketing & sales, direzione medica, market access e ricerca clinica.



I contenuti presenti all'interno di questo Bando sono da considerarsi aggiornati alla data di stampa e hanno un valore non vincolante circa le caratteristiche del percorso formativo, che potrebbe subire variazioni. A tal fine, si prega di visionare i contenuti costantemente aggiornati e disponibili sul sito [www.istum.it](http://www.istum.it) che rappresenta l'unico riferimento valido.

## ISTUM PHARMA SRL

SEDE LEGALE: P.ZZA DELLA RESISTENZA, 3  
50018 SCANDICCI (FI)  
E-MAIL: [INFO@ISTUM.IT](mailto:INFO@ISTUM.IT) - WEB: [HTTP://WWW.ISTUM.IT](http://WWW.ISTUM.IT)  
P.IVA 06940560482 - N.RO REA FI - 667844

